

TARTU ÜLIKOOL  
Pärnu kolledž  
Sotsiaaltöö korralduse osakond

Liis Tšebotnikova

**ERIVAJADUSTEGA INIMESTE KÄSITÖÖD  
TURUNDAVATE SOTSIAALSETE  
ETTEVÕTETE VÕRGUSTIKE  
VAJADUSUURING PÄRNU LINNA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Anne Rähn, lektor

Pärnu 2017

Soovitan suunata kaitsmisele .....

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud “.....” ..... 2017 a.

TÜ Pärnu kolledži sotsiaaltöö korralduse osakonna juhataja Anne Rähn

.....

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

..... (töö autori allkiri)

## SISUKORD

Sissejuhatus .....	4
1. Teoreetiline tagapõhi sotsiaalsete ettevõtete võrgustike rollist erivajadustega inimeste käsitööga tegelevatele asutustele.....	7
1.1. Ülevaade sotsiaalsest ettevõtlusest ja sotsiaalsetest ettevõtetest.....	7
1.2. Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ülevaade ja nende põhimõtteid toetavad tegurid .....	13
1.3. Erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate ettevõtete toodangu turundusvõimalused välismaal ja Eestis.....	18
2. Uuring Pärnumaa erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate sotsiaalsete ettevõtete toodangu turundusest ja Kāpik võrgustiku poolt pakutavatest võimalustest .....	21
2.1. Kāpik võrgustiku ülevaade.....	21
2.2. Uurimistöö metoodika.....	23
2.3. Uurimistulemused .....	27
2.3.1. Erivajadustega inimeste käsitööd turundavate sotsiaalsete ettevõtete turundustegevus Pärnu linna näitel .....	27
2.3.2. Kāpik võrgustiku koostöö võimalustest sotsiaalsete ettevõtete turundustegevuse toetamisel ning võimalikud arengusuunad.....	33
2.4. Järeldused ja ettepanekud.....	36
Kokkuvõte .....	41
Viidatud allikad.....	43
Lisa 1. Poolstruktureeritud intervjuu küsimused .....	48
Summary.....	50

## SISSEJUHATUS

Seoses uue töövõimereformiga on tõusnud päevakorda ka sotsiaalsete ettevõtete temaatika. Nimelt soovitakse, et erivajadustega inimesed asuksid tööle, kuid erivajadustega inimestel lasub tööandjate poolt mitmeid valearvamusi, mistõttu avatud tööturule saamine on neil raskendatud. Seetõttu on sotsiaalsed ettevõtted need, kes läbi tööalase rehabilitatsiooni aitavad vähendada tööandjate poolseid valearvamustest tingitud hirne, mille tulemusena on erivajadustega inimestel lihtsam avatud tööturule saada.

Eelpool toodut silmas pidades on sotsiaalsetel ettevõtetel oluline roll, leidmaks oma sihtrühmale jõukohane töö. Üheks töö liigiks on käsitöö, mis annab võimaluse eneseteostuseks väga paljudele käesoleva teemaga seonduvatele inimestele. Selle alaga tegelevaid tööalast rehabilitatsiooni pakkuvaid sotsiaalseid ettevõtteid on üle-eestiliselt sadu, kellest vähesed on liitunud ka Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikuga ning liigitatud kunsti ja käsitööd pakkuvate ettevõtete rubriiki.

Selleks, et käsitööd pakkuvad ettevõtted oma katusorganisatsioonis veelgi esile tõsta, loodi 2016. aastal Käpik võrgustik, mis oma sisult ühendab liikmete huve ning pakub tuge turundusega seonduvates küsimustes.

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku kodulehel ([www.sev.ee/et/](http://www.sev.ee/et/)) toodud andmetele tuginedes on Pärnus kümme sotsiaalset ettevõtet, kes tegelevad erivajadustega inimeste käsitööga. Uuringust „Käsitööga tegelevate erivajadustega inimeste organisatsioonide koostöövõrgustiku loomine“ selgus tõsiasi, et üldiselt toodete turundamine on problemaatiline. Esiteks neil on väikene tootmismahd, mis mõjutab toodete hinnakujundust. Sellest tulenevalt on toodete tulusus madal, sest neid ei müüda piisavalt. Lisaks eelpool toodule on suureks probleemiks materjali nappus, mis mõjutab toodangu kvaliteeti ja kaudselt ka müüki. (Bode, 2016, lk 1)

Eelpool toodut arvestades, leiab lõputöö autor, et on oluline uurida Pärnus tegutsevaid sotsiaalseid ettevõtete turundusega seonduvaid kitsaskohti. Oluline on uurida

turundusprobleeme, et leida ettevõtete vajadus võrgustiku töös osalemiseks. Selleks, et leida sobiv lahendus, on vaja ka uurida võrgustike poolt pakutavaid võimalusi probleemide lahendamiseks. Seetõttu on lõputöö autor valinud Pärnu linna erivajadustega inimeste käsitööd turundavad sotsiaalsed ettevõtted ja Kāpik võrgustiku.

Kōnesolev uuring on oluline nii Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikule (SEV) kui ka Kāpik võrgustikule. Lisaks annaks uuring ülevaate Pärnu sotsiaalsete ettevõtete turundusprobleemidest ning nende sobivusest Kāpik võrgustikku. Uurimuse tulemusena saab nii Kāpik võrgustik kui ka uuringus osalevad ettevõtted nendele vajalikku informatsiooni oma turundustegevuse parandamiseks.

Lõputöö eesmärgiks on välja selgitada probleemid ja lahendusvõimalused Pärnu erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate sotsiaalsete ettevõtete toodete turundamises Kāpik võrgustiku abil. Eesmärgist lähtuvalt on püstitatud järgnevad uurimisküsimused:

1. Millised on SEV ja Kāpik võrgustiku eesmärgid ja võimalused erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate organisatsioonide toodete turundamise edendamiseks?
2. Millised on koostöö- ja turundusvõimalused Pärnu erivajadustega inimeste käsitööd turundavate sotsiaalsete ettevõtete ja Kāpik võrgustiku vahel, sealhulgas ka nende ettevõtete ootused ja vajadused võrgustikule?

Töö eesmärgi täitmiseks on koostatud uurimisülesanded järgmiselt:

- seletada lahti sotsiaalsete ettevõtete mõiste;
- anda ülevaade käsitööga tegelevate sotsiaalsete ettevõtete turundusprobleemidest ning lahendusvõimalustest;
- teha intervjuu võrgustiku loojatega ja sotsiaalsete ettevõtete turundus – võimalused ja probleemidest tulenevad vajadused;
- uurida Kāpik võrgustiku võimalusi selle liikmete toodete turundamisele kaasaaitamiseks;
- teha ekspertintervjuu SEV toimimise ja sotsiaalsete ettevõtete arengusuundade kohta;
- koostada uuringu tulemuste analüüs ja sellest tulenevalt teha ettepanekuid.

Uurimisülesannete lahendamiseks viidi läbi uuring erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate Pärnu sotsiaalsete ettevõtete seas, turundustegevusega seoses. Saamaks teada võrgustike poolt pakutavaid lahendusi, siis viidi läbi küsitlus Kāpik võrgustiku loojatega

ja ekspertintervjuu. Materjali otsiti SEV kodulehelt, kus oli selle teemalisi uuringuid ja artikleid. Lisaks tutvuti ka erialase kirjanduse ja erinevate teadusartiklite ja teemakohase seadusandlusega.

Lõputöö teine peatükk koos selle alapeatükkidega sisaldab läbi viidud kvalitatiivse uuringu andmeid ja nende analüüsi. Samuti vastavalt uuringu tulemustele teeb lõputöö autor omapoolsed järeldused ja ettepanekud ning kajastab neid oma töö empiirilise osas järeldustele mõeldud alapeatükis.

Töö koosneb kahest peatükist, mis omakorda koosnevad alapeatükkidest. Esimeses peatükis antakse teoreetiline ülevaade SEV eesmärkidest ja turundust edendavatest teguritest. Teises peatükis analüüsitakse intervjuudest saadud andmeid, mis käsitlevad uuringus osalejate turundusprobleeme ja neist tingitud vajadusi võrgustikele ning Kāpik võrgustiku loojate vastustest tulenevaid võimalusi sihtgrupi probleemide lahendamiseks.

# **1. TEOREETILINE TAGAPÕHI SOTSIAALSETE ETTEVÕTETE VÕRGUSTIKE ROLLIST ERIVAJADUSTEGA INIMESTE KÄSITÖÖGA TEGELEVATELE ASUTUSTELE**

## **1.1. Ülevaade sotsiaalsest ettevõtlusest ja sotsiaalsetest ettevõtetest**

Ettevõtlus, kui eeldatavat majanduslikku tulu teeniv tegevus, on kõikidele arusaadav ühtviisi. Sellega on tegeldud sajandeid, mille tõttu ei teki kellelgi küsimusi selle mõiste sisu poolelt. Samas järjest enam populaarsust koguv sotsiaalne ettevõtlus, siiski veel tekitab. Selle pärast on hakatud uuringutega järjest enam tähelepanu pöörama mõiste sisule.

1890ndatel hakati rääkima sotsiaalsest ettevõtlusest Suurbritannias, mille tulemusena hakati ka mõistele definitsiooni otsima (Parkinson & Howorth, 2008, lk 291). Tänapäevaks on näha, et sotsiaalne ettevõtlusvorm on populaarsust kogunud (Austin, Stevenson, & Wei-Skilleern, 2006, lk 1), mida näitab ka nende arvukus. Probleemide lahendamisele suunatud sotsiaalne ettevõtlus on tõusuteel (Dzombak, Mehta, Bile'n, 2014, lk 593).

Eestis oli sotsiaalne ettevõtlus tuntud juba 1990. aastal, kuid kandis sellel ajal teistsugust nime. 2005. aastal hakkas Heateo SA sellest terminist teadlikult rääkima ja mõistet Eestis juurutama (Lepa & Naarits, 2015). Sotsiaalseks ettevõtteks võib olla nii äriühing, osäühing (OÜ), kui ka mittetulunduslik ühing (MTÜ), samas ei tohi unustada, et kõik neist ei pruugi kõnesoleva ettevõtlusvormi alla kuuludagi. Tegemist on Eestis kehtivate juriidiliste vormidega, mida sotsiaalse ettevõtluse eesmärgil saab kasutada. Kokkuvõtvalt, sotsiaalne ettevõtlus asub enamasti kolmandas sektoris (Defourney & Nyssens, 2008).

Teistest Euroopa riikidest, eelkõige Suurbritanniast on kõnesolev ettevõtluse liik arenenud nii kaugemale, et on järelduseni jõutud, et olemas peaks olema just neile mõeldud juriidiline vorm sotsiaalne ettevõtte (CIC – *community interest company*). Nimetatud ettevõtte peab ühiskonna huvides tegutsema ning selle tegevust kontrollib ja sertifitseerib asutusest sõltumatu asutus. (Lillemets, 2011, lk 9)

Euroopa Komisjoni uuringust (European Commission, 2014) selgus, et koguni viiel Euroopa riigil on eraldi juriidiline vorm olemas. Lisaks selgus, et uuringus osalenud seitsmel riigil on juriidiline vorm kombineeritud, mis tähendab seda, et valitakse eelpool nimetatud ettevõtlusvormidest endale sobivaim, arvestades sealjuures nende eripärade, sealjuures maksudega (*Ibid.*). Põhjuseks, miks juriidilist vormi ei ole, on mitmeid (Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik, *s.a.*):

- piisavalt suur vajadus puudub;
- kehtiv õiguslikvorm võimaldab sotsiaalse ettevõtlusega tegeleda;
- raske on leida taolist mudelit, mis kõikidele eksisteerivatel ettevõtetele sobiks.

Seetõttu on raske leida sotsiaalsete ettevõtete mõistele seadusest lähtuvat seletust. Kuigi juriidilise vormini on käia veel pikk tee, siis märksa olulisem on aru saada sotsiaalse ettevõtluse sisust, mis on vajalik nii kogukondlikul kui ka riiklikul tasandil. Kuigi ühtne ja kokkuvõttev sotsiaalse ettevõtluse definitsioon puudub, siis on enamikul pakutud definitsioonidest ühiseid jooni järgnevalt (Abdu & Johansson, 2009, lk 6):

- sotsiaalne ettevõtlus hõlmab sotsiaalsete probleeme või vajadusi, mis ei ole kaetud ei erasektori ega ka avaliku sektori poolt ehk on oma olemuselt toetav tugistruktuur;
- sotsiaalse ettevõtluse aluseks on sotsiaalse hüve loomine;
- sotsiaalne ettevõtlus arvestab turujõududega, mitte ei tööta neile vastu.

Lisaks arvavad erinevad autorid üheselt, mida sotsiaalne ettevõtlus kindlasti ei ole järgnevalt (Zahra *et al.*, lk 2009, lk 521):

- nad ei orienteeru ainult kasumile;
- heategevuslik või ühiskondlikult vastutustundlik tegevus, mis on kasumile orienteeritud;
- selline tegevus, millega ei kaasne üldse ärilist tegevust.



Eelpool toodut arvestades võib rõhutada, et oluline on selle olemus, millest tulenevalt on nii sotsiaalne kui ka majanduslik tasand võrdväärsed (Zahra *et al.*, 2009, lk 521). Zahra *et al* (2009, lk 520) defineerib seda järgmiselt: „Sotsiaalne ettevõtlus hõlmab tegevusi ja protsesse, mille eesmärgiks on avastada, määratleda ja kasutada võimalusi, et suurendada sotsiaalset heaolu luues uusi ettevõtmisi või juhtides olemasolevat organisatsiooni uudsel moel.“ Eestis on sotsiaalset ettevõtete defineerijaks Heateo SA: „Sotsiaalne ettevõtlus on ühiskondlike probleemide lahendamine läbi ettevõtluse.“ (Taevere, 2009, lk 4) Lisaks on defineeritud seda kui inimgrupi heaolu või neile hüvangu loomist (Peredo & McLean, 2006).

Selleks, et mõista, mis sotsiaalne ettevõtte on, siis tuleks mõista ka selle organisatsiooni loojat ehk ettevõtjat. See on isik, kes loob ettevõtte peamiselt selleks, et täita sotsiaalset eesmärki, mitte selleks, et rikastuda (Shaw & Carter, 2007, lk 419). Sutt (2011) defineerib sotsiaalset ettevõtjat järgmiselt: „Sotsiaalseteks ettevõtjateks on inimesed, kes on loovad, ettevõtlikud ning valmis lahendama igasuguseid ühiskonnas eksisteerivaid probleeme. Nende peamiseks eesmärgiks on soov teha midagi head“(lk 52).

Kuna kindel organisatsiooniline vorm puudub, siis sotsiaalsed ettevõtjaid võib olla kahte sorti (Diochon & Anderson, 2011, lk 100):

- isik, kes arvab, et ta seda on, kuid tegelikkuses ei ole;
- see, kes selleks ennast ei pea, kuid tegelikkuses on.

Tähtis on mõista, et sotsiaalne ettevõtte ei ole heategevuslik organisatsioon, vaid äriorganisatsioon, mille eesmärk on olla isemajandav ja kiiresti kasvada (Porter & Kramer, 2011, lk 70). Kõige kaugemale on sellise ettevõtlusvorminguga jõudnud Suurbritannia. Ametliku statistika järgi on seal üle 62 000 sotsiaalse ettevõtte (Buckingham, Pinch & Sunley, 2010). Lisaks arvukusele tuleks tähelepanu pöörata ka nende kasulikkusele ühiskonnale. 2011. aastal läbiviidud uuringu kohaselt teenivad sotsiaalsed ettevõtted aastas keskmiselt 240 000 naela (Social Enterprise UK, 2011), mille tõttu säästab riik 40 miljonit naela sotsiaalhüvitise, 8 miljonit naela tervishoiukulude ja 1 miljon naela erinevate sotsiaalteenuste arvelt (Social Enterprise UK, 2012).

Riigiti mõistetakse käesolevat mõistet nii seadusandlikus kui ka tavapraktikas erinevalt. Selle põhjus võib olla tingitud riikide sotsiaalse, majandusliku ja poliitilise reaalsuse

erinevustest, millest tulenevalt erinevad samuti sotsiaalsete ettevõtete eesmärgid ja väljundid (Mair, 2010). Väidet võib seostada teadlasega nimega Geert Hofstede, kes oma uuringutes on tõestanud, et rahvusesti võivad arusaamad erineda (Vadi, 2001, lk 299). Eestis on muudele probleemidele lisaks pööratud tähelepanu ka ühese definitsiooni leidmisele. Lõputöö autor on koostanud neist kokkuvõtva tabeli, kuhu on toodud kolme uuringu autorite definitsioonid (vt tabel 1).

**Tabel 1.** Sotsiaalse ettevõtte definitsioonid

Autor	Definitsioon
Sutt	Enamasti kasumitaotluseta, mille missiooniks on läbi oma tegevuse parandada ühiskonnas eksisteerivaid probleeme. Ettevõtte tulu suunatakse kindla sotsiaalse probleemi lahendamiseks. Nende eesmärgiks on välja selgitada erinevate valdkondade probleemid ning leida neile uudne lahendus.
Pärenson	On äripõhimõtetel tegutsevad organisatsioonid, mille peamiseks eesmärgiks on muutuste loomine sotsiaalsest aspektist lähtuvalt. Selle ettevõtte eesmärgiks ei ole personaalse ja aktsionäri tulu loomine.
Sokolova	Sotsiaalne ettevõtte on organisatsioon, mis oma ettevõtlustegevusega lahendab sotsiaalse mõjuga probleeme.

Allikad: autori koostatud Sutt, 2011, lk 52; Pärenson, 2011, lk 2014; Sokolova, 2012, lk 34

Olemasolevate ettevõtete seas on lisaks sotsiaalsele ettevõtlusele ka populaarsust kogumas vastutustundlik ettevõtlus, mis on oma sisu ja struktuuri poolest erinev sotsiaalsest ettevõtlusest. Vastutustundlik ettevõtlus integreerib majanduslikku, keskkonna- ja sotsiaalse mõõtme oma ettevõtte juhtimisse ja tegevusse, sealjuures arvestades erinevate huvipooltega, millega loob lisaväärtust kõikidele asjaosalistele (Vastutustundlik Ettevõtluse Foorum, 2012, lk 9). Sutt (2011) on oma uuringus teinud Suurbritannia ja Ameerika sotsiaalsete ettevõtete võrdluse, tulemusena autor leidis, et neis mudelites on seoseid sotsiaalse ettevõtlusega, kuid tõi välja, et osad uuritavatest pigem liigitusid vastutustundlike ettevõtete alla.

Sotsiaalne ettevõtte ja vastutustundlik ettevõtte – need kaks mõistet on sarnased, kuid mitte võrdelised, mistõttu on oluline eristada sisulisi erinevusi (Raudsaar & Kaseorg, 2012, lk 20). Seda näitab ka järgnev tabel 2.

Alljärgneva tabeli põhjal võib väita, et mõlemad ettevõtted on sarnased, kuid neil on siiski põhimõtteline erinevus. Vastutustundliku ettevõtte eesmärk on majanduslik, kuid sotsiaalse ettevõtte eesmärk ühiskondlik. Samas kõik oleneb tarbijast endast ning tema tunnetusest (Thompson, 2008). Näiteks osad autorid (Mair, 2010; Neck *et al.*, 2009) leiavad, et lahendades keskkondliku probleemi, toob see kaasa sotsiaalse hüvangu, kuid see ei pruugi kohe olla sotsiaalne ettevõtte, kui just pole see probleemi lahendusele ja väärtustele suunatud. Vastasel juhul ongi tegemist vastutustundliku ettevõttega.

**Tabel 2.** Vastutustundlik ettevõtte vs sotsiaalne ettevõtte vastavalt tunnustele

Tunnused	Vastutustundlik ettevõtte	Sotsiaalne ettevõtte
Peamine fookus	Omaniku algatus ja riski võtmine	Initsiatiiv
Eesmärk	Suurendada majanduslikku väärtust	Ühiskondlik heaolu ja sotsiaalne määratlus
Eesmärgi saavutamise abivahend	Innovatsioon	Innovatsioon
Mastaap ja peamine orientatsioon	Peamiselt mikro- ja makroettevõtted, mis on kasvule orienteeritud	Peamiselt mikro- ja väikeetevõtted, mis on stabiilsusele orienteeritud
Tüüpiline juriidiline vorm	Äriühingud	Mittetulundusühing või äriühing
Tüüpiline tegevuskoht	Äripind	Kodukontor
Allikad: Männikus, 2016, lk 7; Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum, 2012, lk 8–15, autori koostatud		

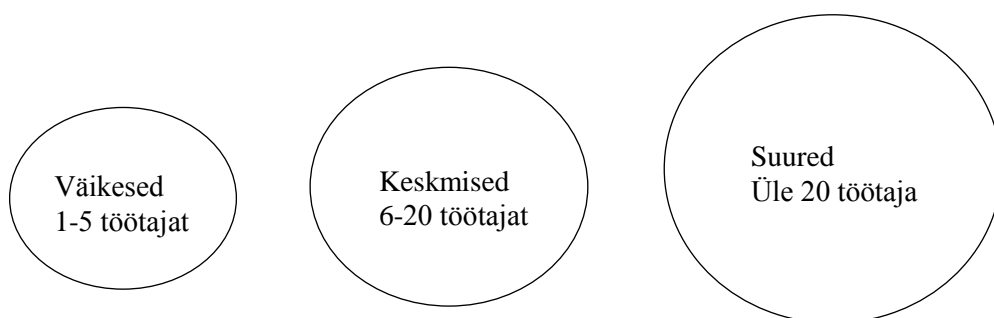
Samuti on suured ettevõtted liikunud vastutustundliku suuna poolele, mis nende sisu ei muuda, kuid aitab kaasa ühiskonna ja keskkonna arengule. Selleks, et liikuda üheselt mõistetava sotsiaalse ettevõtluse poole on Advokaadibüroo Varul koostöös Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustikuga koostanud juriidilise abimehe uute sotsiaalsete ettevõtete loojate toetuseks ja abivahendiks.

Lisaks eelpool toodud informatsioonile ja definitsioonidele on Raudsaare ja Kaseoru (2012, lk 23) andmetel Eestile kõige omasemateks märksõnadeks taas investeeritav kasum, kodumaised tugiorganisatsioonid ja võrgustikud ning kodanikuühiskonna ja kogukonna arendamine. Eelpool toodut aitavad läbi viia võrgustikud, näiteks Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV) on loonud sotsiaalse ettevõtte üldisest tähendusest lähtuvalt ka liikmetele tingimused, mis aitab selle liikmete aega kokku hoida oma ettevõtte sisu lahti mõtestamisel. (Sotsiaalsete Ettevõtete..., s.a.)

Lisaks sotsiaalse ettevõtte sisule, saab neid ka liigitada. Sokolova (2012) ja Bode (2016) liigitavad neid vastavalt ettevõtte töötajate arvule. Sokolova (2012) magistritöö uuringu tulemustest selgus, et tema respondentide seas on neid kahte sorti – suured ja väikesed. Sokolova (2012) ja Bode (2016) liigitavad ettevõtteid vastavalt suurusele, kuid sisu poolest erinevalt. Neist esimene vaatleb neid eesmärgi ja ettevõtte rahastuspõhiselt ning teine töötajate arvu järgi.

Sokolova (2012) liigitusekohaselt on väike sotsiaalne ettevõtte organisatsioon, mille eesmärk on parandada oma sihtrühma elu kvaliteeti ja ühiskonnas olevaid hoiakuid, sissetulekuteks on müügitulu, annetused ja projektirahastused. Suur ettevõtte on organisatsioon, mille eesmärk on sarnane väikesele, kuid rahastus toimub vaid toodete ja teenuste müügist. (Sokolova, 2012, lk 32–33)

Käesoleva lõputöö autor on võtnud kokku 2016.aastal tehtud uuringu tulemustest saadud liigituse järgneva joonisena. Sarnaselt Sokolovale on ta liigitanud oma uuringust saadud tulemuste põhjal sotsiaalsed ettevõtted järgmiselt (vt joonis 1):



**Joonis 1.** Sotsiaalsete ettevõtete liigitus vastavalt nende töötajaskonna arvule (Bode, 2016, autori koostatud)

Joonis 1 näitab uuringus osalenud ettevõtete liigitust töötajate arvu järgi (väike, keskmine, suur). Jaotus on tehtud sarnaselt organisatsioonide suuruse määratlusele, kuid nende ettevõtete eesmärk, probleemid ning vajadused ei pruugi olla samad.

Bode (2016) uuringus kohaselt on võimalik jagada ettevõtteid veel nende tootlikkuse järgi kolmeks. Esimene neist on väikesemahulised tootjad, mida iseloomustatakse järgmiselt: peamiseks sissetulekuallikaks on sotsiaaltenuste pakkumine, tootmismaht on väike, ning neil puudub turundusnimene (Bode, 2016, lk 10). Teine on suuremahulised tootjad, mida

iseloomustatakse järgmiselt: pidev ja stabiilne tootmine, põhiline sissetulekuallikas on müügitulu, on olemas vähemalt osalise koormusega turundusnimene (Bode, 2016, lk 11). Kolmandaks grupiks on vahendajad, kes lisaks oma toodangule veel ka müüvad teiste ettevõtete tooteid (Bode, 2016, lk 11).

Eliise Ott (2013) uuringust lähtuvalt on Eestis üldiselt väikesed, projektipõhised ja väheste töötajatega ettevõtted, kuhu kuulub veel lisaks ka vabatahtlik töö. Lisaks on sotsiaalsed ettevõtted äripõhimõttel tegutsevad organisatsioonid, kes oma tegevuse kaudu loovad ka vastutustundliku ettevõttele sarnaselt sotsiaalset väärtust. Eristada neid kahte on keeruline, sest Eesti seadusandluses ei ole veel neil juriidilist vormi ega täpset seadustikku. Kaks mõistet on väga sarnased, kuid eristada tasuks neid eelkõige eesmärgi ja majandusaspektist lähtuvalt.

Sotsiaalne ettevõtlus tegeleb probleemi lahendamisega ja taas investeerib saadud tulu, kuid vastutustundlik ettevõtte investeerib osa teenitavast tulust probleemi lahendamisse, kuid teenib tulu siiski ettevõtte majandusliku väärtuse kasvuks.

## **1.2. Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku ülevaade ja nende põhimõtteid toetavad tegurid**

Käesolevas lõputöö alapeatükis antakse ülevaade Eestis olevatest sotsiaalseid ettevõtteid puudutavatest võrgustikest – eelkõige SEV. Lisaks käsitletakse ka võrgustikku kui ettevõtete turundusprobleemide lahendamise abivahendit. Sealjuures vaadeldakse eelkõige võrgustikutöö positiivseid külgi kui võimalikku sotsiaalsete ettevõtete arengut toetavat tugiorganisatsiooni.

Raudsaar ja Kaseoru (2012) arvamusele tuginedes on Eestile omane tugiorganisatsioonide ja võrgustike olemasolu, mis aitavad kaasa kodanikuühiskonna arengule. Kõige tuntum ja sotsiaalset ettevõtlus mõistet kokkuvõtvam võrgustik on Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik (SEV). Eesti Vabariigi seadusandlusest tulenevalt on tegemist MTÜga, millel on riigi suhtes kohustused ja õigused. Eelkõige kohustuste all on mõeldud maks, näiteks tulumaks. Seda just põhjusel, et võrgustik on siiski ettevõtte, kes teenib tulu (näiteks liikmemaksu pealt). Praeguse seisuga on võrgustikus 48 liiget, mis

kõik liigituvad eri valdkondadesse, käesoleva lõputöö raames vaadeldakse käsitööd müüvatest ettevõtetest lähtuvalt ( üle-eestiliselt kümme kind).

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku katusorganisatsiooniks on 1996. aastal loodud Eesti Mittetulundusühingute ja Sihtasutuste Liit (EMSL), mis ühendab kolmandat ettevõtlussektorit. Organisatsiooni võrgustikku kuuluvad sihtasutused, mittetulundusühingud – kokku umbes 4 000 organisatsiooni. (Kink, 2013, lk 57)

SEV asutati 2011. aastal ja liikmeid oli neil kokku 19. Loomisprotsessis mängis suurt rolli EMSLi projekt „Sotsiaalse ettevõtluse eestkostevõrgustiku loomine“, mille tulemusena loodigi võrgustik (Kink, 2013, lk 59). Võrgustik lähtub oma tegevuses vabaühenduste eetikakoodeksist (*Ibid.*). SEV on loodud Eesti sotsiaalset ettevõtlust arendavaks organisatsiooniks. Aastatega on nende liikmelisus suurenenud: 2012. aasta seisuga oli neil 19 liiget (*Ibid.*), praeguseks juba 48. Kõik hõlmavad eri valdkondi, mis on SEV kodulehel välja toodud. Mis omakorda ka näitab nende juurdumist ühiskonda ja ettevõtlusesse. Lisaks võrgustiku liikmed on kõik küll liigilt sotsiaalsed ettevõtted, kuid tegelevad ühiskonnas erinevate probleemide lahendamisega. Käesolevas lõputöös käsitletakse eelkõige neid sotsiaalseid ettevõtteid, kes tegelevad erivajadustega inimeste käsitöö turundamisega. Kokkuvõtvalt on need asutused seotud erivajadustega inimeste tööle suunamisega. Käsitöö on üks võimalus, kuidas läbi toetatud või kaitstud töö teenust pakkuvate organisatsioonide kaudu on võimalik inimesed tagasi tööturule aidata.

Vajadus tekkis eelkõige sotsiaalse ettevõtluse kasvuga ja selle ühese mõiste puudumisega. Erinevate uuringute kohaselt võis selle põhjuseks olla nende ettevõtete liigitusega seonduvad probleemid (vt eelmist peatükki). Senini on pidanud ettevõtteid kulutama aega oma ettevõtlusvormi lahti selgitamisele (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Probleeme tekitab see eelkõige koostööpartnerite leidmisel (Sokolova, 2012, lk 28).

Selleks, et võrgustikku kuuluksid sotsiaalsed ettevõtteid, mis mõiste sisule vastaksid (vt eelmist peatükki), selleks on loodud SEV põhikiri. Selle alusel on võimalik võrgustikuga liituda vaid nendele kriteeriumitele vastavatel asutustel. See peaks nii tarbijaskonnas kui ka liikmete vahel usaldust tekitama. Sokolova (2012) tõi oma uuringus välja probleemiks usaldamatuse, mis häirib koostöösuhteid.

SEV on oma põhikirjas seadnud liikmetele järgmised tingimused (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011):

- vähemalt aasta tegutsenud kodanikuühendus või äriühing;
- peamine tegevus ja eesmärk peavad olema suunatud ühiskonnas positiivse muutuse loomisele;
- kasutab saadavat tulu oma peamise eesmärgi saavutamiseks;
- oma eesmärgi saavutamiseks tegeleb ettevõtte oma toote/teenuse müügi.

Eelpool toodu on vägagi iseloomulik sotsiaalse ettevõtte definitsiooni sisule, mida SEV eestimaalastele üritab rõhutada. Lisaks on põhikirja alusel liige kohustatud maksma liikmemaksu. Selgesõnaliselt on välja toodud ka see, et liikmed ei jaga oma vara teiste liikmetega, kuid vastavalt võrgustiku olemusele teeb ta koostööd ja aitab kaasa võrgustiku poolse eesmärgi saavutamisele. Peamiseks eesmärgiks on sotsiaalsete ettevõtete arvukuse tõstmine, nende ühiskondliku mõju suurendamine (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Sellest lähtuvalt, tegeleb SEV infovahendusega, ühiste huvide esindamisega ning toetab enesearendust (sh uuringud, koolitused).

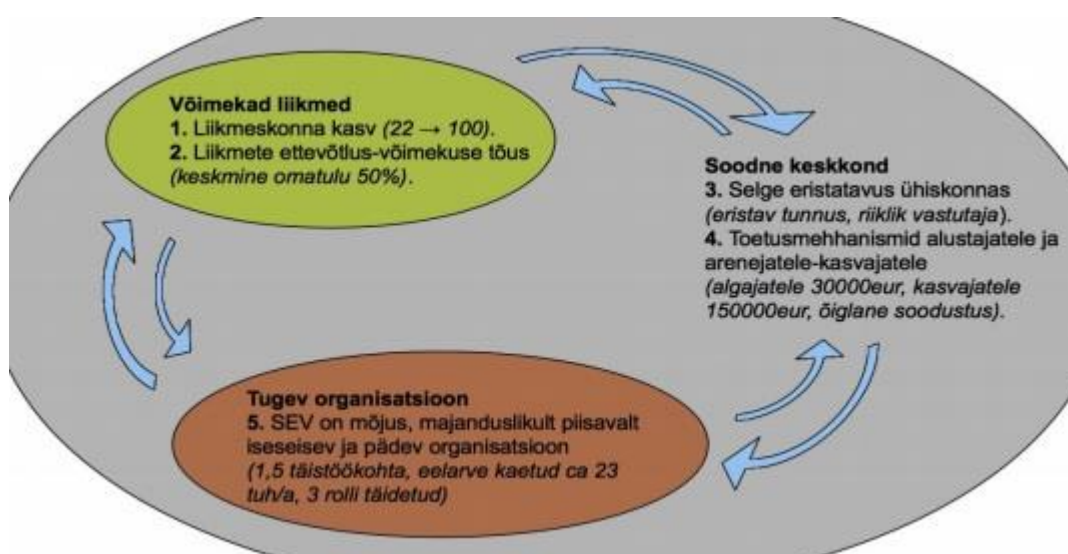
Vastavalt põhikirjale, võrgustiku liikmetest moodustatakse kolmeks aastaks juhtkond, kes selle organisatsiooni huve esindavad. Võrgustik on oma liikmetega teinud grupitöö, mis oma sisult kajastab võrgustiku liikmete vajadusi nii võrgustikule kui ka ühiskonnale (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Selline lähenemine aitab nii võrgustiku liikmete kui ka kodanikuühiskonna arengule kaasa. Protokollist selgus, et 2011. aastal puudus võimalus omavahel suhelda (polnud kontakte), selle lahendamiseks tegi võrgustik oma kodulehele liikmetest ja nende kontaktidest loetelu.

Oma arengukavaks on SEV 2013–2016. aastaks planeerinud erinevaid arendusi, mis on välja toodud järgneval joonisel (vt joonis 2). Protokolli toodi välja konkurentsi tunnetuse kahtlusega seonduvad probleemid, mille lahendamiseks pakkus välja võrgustik, et liikmed peaksid üksteist aitama just läbi annetuste. Kui kellelgi on midagi üle, siis annab teistele liikmetele (olgu see siis materiaalne või mittemateriaalne tugi).

Võrgustikutöö juures on oluline koostööpartnerite omavaheline usaldus. Konkurentsi tunnetamine tekitab ebausaldust, mistõttu omavaheline koostöö kannatab. Seetõttu on SEV oma protokollis rõhutanud, et selle asemel on olulisem leida sisulisi

koostöövõimalusi. Näitena tuuakse välja see, et võiksid sama teenust pakkuda eri piirkondades. (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011)

Eelpool nimetatu ongi kõige olulisem kollektiivse tähendusvälja loomisel (Gergen, 2005, lk 184–185). Lisaks on oluline liikmete omavaheline sobivus kollektiivi, mis annab eelduse koostöösuhte tekkimisele (*Ibid.*, lk 118–119). Selline lähenemine muudab võrgustikutöö nii SEV endale kui ka selle liikmetele efektiivsemaks. Alljärgnev joonis toob piltlikult välja SEV arengukavas välja toodud viite arengu eesmärgi, mis on 2016. aasta jooksul teostunud.



**Joonis 2.** SEV arengukava eesmärgid 2013–2016 (Sotsiaalsete Ettevõtete..., s.a.)

Võrgustiku liikmed seisavad igapäevaselt silmitsi erinevate väljakutsetega. jätkusuutlikkusest tekkinud väljakutsed tekitavad ebausaldust tarbijaskonna ja koostööpartnerite vahel (Pärenson, 2011, lk 223). Selle probleemiga aitab samuti tegeleda SEV, seda just selliselt, et tema organisatsiooni struktuur ja sisu peegeldab selle liikmeskonna sisu, mis peaks usalduse tekkele kaasa aitama. Seda just selliselt, et avalikkusele on näha organisatsiooni liikmed, erinevad dokumendid, mis teevad potentsiaalsetele klientidele ja partneritele sisult arusaadavamaks. Üldiselt on raske MTÜdel leida koostööpartnereid ja seda just seetõttu, et on tekkinud valearusaam, et nad ei teeni tulu (Sokolova, 2012, lk 25). Selline olukord mõjutab sotsiaalsete ettevõtete toimetulekut nii ettevõtlusmaastikul kui ka ühiskonnas.



Koostöö võimalusi ja ka -partnereid on erinevaid. Koostööpartner tähendab nii valdkondlikku koostööpartnerit, klienti, vahendajat, vabatahtlikku kui ka toetajaid. Rahalisi toetajaid ja annetajaid nimetatakse filantroopideks. Need kaks erinevad üksteisest eelkõige oma eesmärgi poolest (Ferrel *et al.*, 2005, lk 10).

Vaadeldes võrgustikku kui töömeetodit, siis olulisel kohal on ühine tähendusväli ja ühine teema. Kui kõik eelnev on kollektivistlikult (vastavalt SEV protokollile nii see on), siis on alust arvata, et omavaheline koostöö on sujuv (Gergen, 2005, lk 119). SEV on koostanud koostöö hõlbustamiseks põhikirja, mis selle praegusele ja tulevasele liikmele loob kindlustunde ja selguse. Paika on pandud mõlema osapoole õigused ja kohustused.

Algma (2013) arvab, et koostöö ei ole jätkusuutlik kui arvestatakse vaid mõlema poole vajadusi. Oma bakalaureuse töös toob ta välja, et koostööd ja selle arengut soodustavad. Nendeks on eelkõige ühised väärtused, eesmärgid ning võimalused. Võimaluste all mõeldakse nii materiaalseid kui ka mittemateriaalseid vahendeid. Materiaalsete ressursside all mõistetakse näiteks toetusi ja mittemateriaalsete all aja, kogemuste ja teadmiste jagamist. (Algma, 2013, lk 33)

Võrgustikutöö on oluline sotsiaalsete ettevõtetele, eelkõige silmapaistmiseks. Oluline on siinkohal võrgustiku poolt pakutav tugi just koostöö näol. Koostöö on peamine vahend sotsiaalsete ettevõtete eesmärkide saavutamiseks (Sokolova, 2012, lk 25). Seetõttu on olulisel kohal omavaheline kommunikatsioon (Sotsiaalsete Ettevõtete..., 2011). Võimalik on sotsiaalseid ettevõtteid toetada ka läbi tugiteenuste, mida SEV ka teeb ehk seniselt on kõige efektiivsem olnud just infovahendus. Vastavalt protokollile pole paljud ettevõtted teadlikud, kust ja kuidas toetust küsida on võimalik. Lisaks on välja pakutud ka võrgustikule vabatahtlike vahendamine (*Ibid.*). Liikmete peamine probleem on just väheses omatulu teenimise oskustes ja julguses mitmekesistada rahastusvorme. Sinna hulka kuuluvad ka tootearendused. SEV on selle lahendamiseks leidnud vajalikud seminarid, mille käigus liikmed oma kogemusi on jaganud (*Ibid.*).

Sutt (2012) leiab, et väga raske on sotsiaalsetel ettevõtetel tegutseda üksinda. Oma ettevõtte jätkusuutlikkuse tagamiseks on vaja kaasata võrgustikke. Kaasamine sõltub just eelkõige ettevõtjast ja sellest kuidas ta oskab oma ettevõtet ja tegemisi presenteerida. Uuringust selgus, et selle õnnestumine toob kaasa pikaajaliste koostööpartnerite leidmise,

mistõttu ettevõtte toimetulek paraneb. Uuringust selgus, et lihtsam oli võrgustikku kaasata neil ettevõtetel, kes tegelesid puuetega inimestega. Lisaks parandas see ettevõtete majandustulemusi. (Sutt, 2012, lk 44)

Ressursside hankimiseks ja headeks suhete loomiseks on vaja ettevõttel luua häid suhteid ettevõtteväliste organitega. Heade suhete loomisel on oluline arvestada teiste liikmete seisukohtadega, mitte ainult isiklikega. Erinevate tegevusega õpitakse oma sidusgruppe tundma, mille tulemusena saab selgemaks ka teiste vajadused. Võrgustumine ja hästi toimivad partnerlussuhted aitavad sotsiaalsetel ettevõtetel paremini konkureerida teiste äriettevõtetega ja suurkorporatsioonidega. (Marshall, 2011, lk 187)

Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik tegutseb sarnastel eesmärkidel, aidates oma liikmete arengule kaasa. Kui siiani on pidanud enamik liikmeid oma ettevõtluskontseptsiooni selgitama, siis nüüd kuuludes võrgustikku on nad oma koha sotsiaalsete ettevõtete seas kaardistanud. Kuna hetkel on raske ettevõtteid liigitada sotsiaalseks või tavaliseks äriettevõtteks, sest puudub juriidiline vorm–seetõttu puudub ka statistika nende kohta.

### **1.3. Erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate ettevõtete toodangu turundusvõimalused välismaal ja Eestis**

Käesolevas alapeatükis käsitleb lõputöö autor turundusvõimalusi välismaal eelkõige ekspordi vaatenurgast vaadatuna. Samuti antakse ülevaade turundusega seonduvatest probleemidest Eestis. Sotsiaalsed ettevõtted SEV liikmete näitel, tegelevad toote või teenuse müügiga. Selles lõputöös on vaatluse all erivajadustega inimeste käsitööd turundavad ettevõtted.

Eesti Statistika Kvartalkirja järgi on hetkel sotsiaalsete ettevõtete panus Eesti majanduse siseprodukti vaid 0,1% (Lepa & Naarits, 2015). Mistõttu väiksemad MTÜd ei poolda eksporti, sest tarbijad ei tea nende tähendust ja eesmärki (European Commission, 2014). Seetõttu on ka Eestis tarbijad tagasihoidlikud. Erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate sotsiaalsete ettevõtete uuringust selgus tõsiasi, et tarbijaskonnale teeb kalliks ettevõtete suutmatus leida materjali (Bode, 2016, lk 9). Seetõttu tarbijale tundub ka toode kallis, sest sellesarnase toote saab ta äriettevõtetest palju soodsamalt.

Analüütik Charlie Leadbeater (2007, viidatud Kink, 2013, lk 43 vahendusel) usub, et sotsiaalsed ettevõtjad omavad tulevikus suurimat mõju „segadust tekitavate innovaatoritena“, kes avavad uusi turgusid, mida suuremad äriettevõtted lihtsalt ei märka. Üheks selliseks näiteks on *Fair Trade* liikumine, mis sai alguse seitsmekümnendatel, mil üksikud ettevõtted näitasid, et teatud toodetega on võimalik kaubelda sotsiaalset hüvangut looval moel. Tarbija vaatenurgast vaadatuna tähendab see kõrgema hinna maksmist. (Kink, 2013, lk 43)

Protsessi sekkumiseks oleks sotsiaalsetele ettevõtetele abiks Gladwelli (viidatud Clark, 2009, lk 129 vahendusel) järgmised teooriad:

- vähesusseadus: ideede levikuks on vaja kedagi, kes jagab informatsiooni;
- külge jäävusfaktor: idee kvaliteet on see, mis sunnib inimesi sellele tähelepanu pöörama. Turundus ja reklaam aitavad sageli kaasa neile kaasa;
- konteksti mõjuvõim: võimalikud positiivsed muutused keskkonnas, mis aitavad tarbijatel ideid omaks võtta. Näiteks kütuse hinna tõus, mis paneb alternatiivide peale mõtlema.

Sageli pole tarbijad teadlikud oma tarbimisharjumuste negatiivsest mõjust keskkonnale ja ühiskonnale terviklikult (Marshall, 2011, lk 186–187). Paljud sotsiaalsed ettevõtted just rõhuvadki oma tarbijate eetilisele peale, et neid oma tooteid ostma panna. Läbi selle aitavad tarbijad ka ettevõtte eesmärgi täita – parandada oma sihtgrupi heaolu. Kriitiliste probleemide lahendamisele aitaks kaasa sotsiaalsete ettevõtete demonstreerimine kui tulusat äri (Kink, 2013, lk 30), mis on üks SEVi alaeesmärkidest. Clark (2009) ja Kotler (2010) arvates on inimesed enamasti kui lihtsalt tarbijad, näidates neile oma ettevõtte siiraid eesmärgi, on võimalik ka toodete müüki suurendada. Sotsiaalsete probleemide parendamiseks on seda ettevõtlussuunda vaja oskuslikult turundada, mille tulemusena muutuksid inimeste hoiakud ja ostu-käitumine (Bornstein, 2009, lk 130).

Uued väljakutseid ja võimalusi, nii ettevõtetele kui ka tarbijatele loovad olukorra muutused. Tuim tarbimine võib muutuda ühel hetkel mõtestatumaks, lihtsalt on vaja tarbijaskonda harida ja nende teadlikkust tõsta (Bornstein, 2004, lk 24). Olgu selleks siis mõni looduslik katastroof, mis on inimeste enda tekitatud või äärmuslikud olukorrad, mis tulenevad riiklikust tasandi tegevustest (nt immigrantide sissevool).

Harris (viidatud Kink, 2013, lk 433 vahendusel) toob välja, et sotsiaalse ettevõtluse laiendamiseks on kaks viisi. Esimene on juba ühiskonna teenistuses olevate inimeste koolitamine lahendama sotsiaalseid probleeme eksisteerivate ärimudelite kaudu. Teine võimalus on demonstreerida investeeringute pealt teenimise võimalust sotsiaalses ettevõtluses, sealjuures luues võrgustikke, mis aitavad Clarki (2009) sõnul kaasa nii majandusliku kui ka ühiskondliku väärtuse loomisele tänapäevases ettevõtlusmaastikul.

Selleks, et oma ideid teostada, on vaja enamikel sotsiaalsetel ettevõtetel pöörduda investorite poole (Kink, 2013, lk 46). Investorites huvi tekitamiseks, tuleb rahuldada nende vajadust informatsiooni järele. Nii välismaal kui ka Eestis suhtleb SEV ning vahendab oma liikmete soove ja ootusi ning viib mõlemad osapooled ka omavahel kokku. Sotsiaalsetelt ettevõtetelt ootavad investorid eelkõige asjakohast informatsiooni, usaldusväärsust, tõendatavaid ja võrreldavaid andmeid (Roder, 2009, lk 3–5).

Mitmed märgid viitavad sellele, et sotsiaalne ettevõtlus on ettevõtlusmaastikul tõusuteel. Huvi on nii riigil endal, suurtel rahastajatel, ärijuhtidel ning enamikes riikides asuvatel akadeemikutel. Eesmärgiks on seatud suuremahulisem ja aktiivsem sotsiaalne ettevõtlus seda nii SEV võrgustiku näitel kui ka investorite poolt.

## **2. UURING PÄRNUMAA ERIVAJADUSTEGA INIMESTE KÄSITÖÖGA TEGELEVATE SOTSIAALSETE ETTEVÕTETE TOODANGU TURUNDUSEST JA KÄPIK VÕRGUSTIKU POOLT PAKUTAVATEST VÕIMALUSTEST**

### **2.1. Käpik võrgustiku ülevaade**

Teoreetilises osas jõudis lõputöö autor järelduseni, et võrgustik on vajalik eelkõige tema liikmetele. Seda just ettevõtte olemuse ja tegevuse üheselt mõistmiseks. Näiteks SEV võtab kokku sotsiaalsete ettevõtete mõiste sisu ja nende olemuse, mistõttu sellesse kuuluvad ettevõtted on üheselt mõistetavad nii klientidele kui ka ettevõttele endile. Nimelt Diochon ja Anderson (2011) arvates on ettevõtjaid kahte sorti: need, kes arvavad, et nad on sotsiaalsed ettevõtjad ja need, kes seda tegelikkuses on, aga nii enda kohta ei arva. Just seetõttu ongi oluline enese määratlemine näiteks läbi SEVi, mis juba oma nime ja liikmelisuslepingu poolest liikmete olemust defineerib.

Käesoleva lõputöö uurimisobjektiks on Käpik, mis on suunatud just erivajadustega inimeste käsitööga tegelevatele organisatsioonidele ja eraisikutele. Autor on valinud just selle võrgustiku, sest tegemist on esimese kindlale sihtrühmale suunatud võrgustikuga, mis on loodud SEV kui tema katusorganisatsiooni alt ning aitab oma liikmete turundusprobleemide lahendamisele kaasa. Hetkel selle võrgustikku kohta informatsiooni pole, mistõttu autori arvates on oluline seda uurida just sotsiaalsete ettevõtete turundusprobleemidele lahenduste pakkujana või mitte pakkujana.

Sellegi poolest leidub kirjeldavat informatsiooni Käpik võrgustiku kohta. Selline ühing on loodud 2016. aastal ja tema katusorganisatsiooniks on SEV. Tegemist on võrgustikuga, mis ühendab põhiliselt SEVi kuuluvaid erivajadustega inimeste käsitööga tegelevad liikmed. Võrgustiku loomisprotsessi toetas SEV.

Vajadus võrgustiku loomise järele tekkis ilmselt samal põhjusel, mis oli SEVi enne enda loomist, nimelt tuli panna sotsiaalsed ettevõtted märgatavale kohale. Lisaks Kāpikusse kuulumine aitab tarbijaskonnas tekitada usaldust ning ühtse arusaama sealsest ettevõttest. See tähendab, et tegemist on sotsiaalse ettevõttega (kuulub SEVi) ja ta tegeleb erivajadustega inimeste käsitööga. Arvestades Suti (2012) uuringu tulemustega, seda just majandusnäitajate ja toetuste osas, siis on väga oluline tarbijates usaldust ja selgust tekitada, mida Kāpik võrgustik loodetavasti ka teeb. Praeguse seisuga, aga pole veel organisatsiooni kodulehte loodud, kuid arvestades SEVi kodulehel olemasolevat informatsiooni, siis on Kāpikus viis ametlikku liiget, nendest üks on SEV.

Enne võrgustiku loomist tehti uuring, milles saadud tulemuste põhjal oli võimalik luua selle valdkonna poolt kõnesolevate probleemidele vastav organisatsioon. Nende probleeme analüüsis MTÜ Think puuetega inimeste töö- ja koolituskeskuse juht Kūlliki Bode ning leidis, et suurimaks probleemiks on toodete ja teenuste turundamine (Bode, 2016, lk 3). Seetõttu loodi ka vastav võrgustik, mis hõlmab käsitööga tegelevaid sotsiaalseid ettevõtteid, mis läbi oma tegevuste (sarnaselt SEVile) soodustab oma sihtgrupi arengut ja toimetulekut.

Probleemide lahendamine on keerukas ja aeganõudev, kuid toimetulekuks ja konkureerimaks teiste ettevõtetega on see lausa hädavajalik. Võtame näiteks ettevõtteid, kes on tulule orienteeritud ja ei kuulu sotsiaalsete ettevõtte mõiste alla. Konkurentsi pakuvad nad eelkõige oma toote või teenustega, mis on sotsiaalsete ettevõtete poolt pakutava tootega sarnased, kuid soodsamad ja saadaval suurtes kogustes. Sotsiaalsete ettevõtete konkurentsivõimet tõstab Kāpik võrgustik, mis aitab läbi erinevate seminaride ja huvigruppide (eelkõige vabatahtlike) kaasamisega kaasa ka toote ja teenuse arengule ehk disainile. Seetõttu on sotsiaalsetel ettevõtetel lisaks oma ettevõtte sisule võimalik veel eristuda läbi innovaatiliste tootearenduste. Selline lähenemine toob eeldatavasti kaasa tarbijaskonnas usalduse ning huvi neilt saadavate teenuste ja toodete vastu (Sokolova, 2011, lk 26).

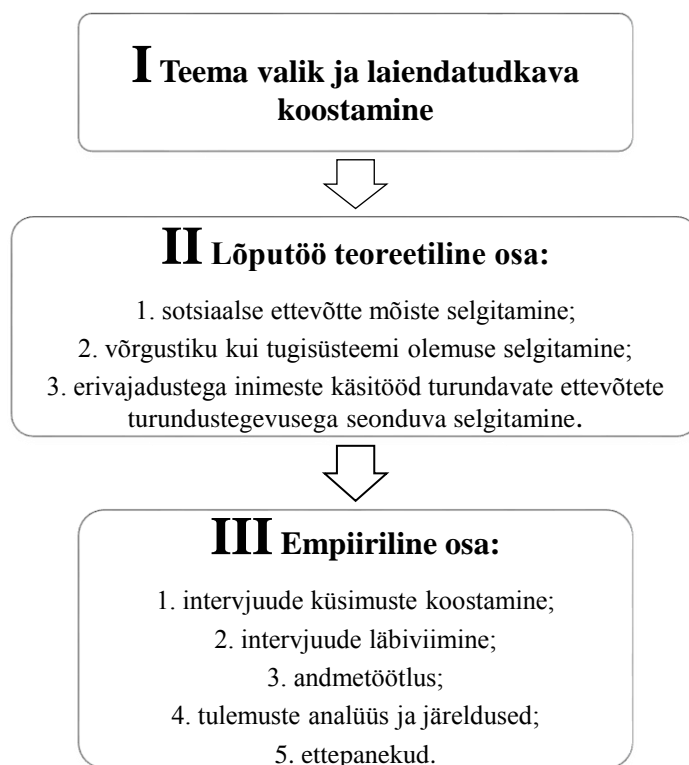
Ressursside hankimiseks ja headeks suhete loomiseks on vaja ettevõttel luua häid suhteid ettevõtteväliste organisatsioonidega. Heade suhete loomisel on oluline arvestada teiste liikmete seisukohtadega, mitte ainult isiklikega. Erinevate tegevusega õpitakse oma sidusgruppe tundma, mille tulemusena saab selgemaks ka teiste vajadused. Võrgustumine

ja hästi toimivad partnerlussuhted aitavad sotsiaalsel ettevõtetel paremini konkureerida teiste äriettevõtetega ja suurkorporatsioonidega. (Marshall, 2011, lk 187)

Käpik võrgustiku kohta ei leidu hetkel väga palju informatsiooni, kuid tegemist on võrgustikuga, mis ühendab nii erivajadustega inimeste käsitööga tegelevaid organisatsioone kui ka eraisikuid. Kindlasti on võrgustik kui võimalus turundustegevuse parandamiseks või edendamiseks, mis sarnaselt SEVile annab oma liikmetele iseloomustuse ehk sinna kuuluvad ettevõttevõtted tegelevad erivajadustega inimeste käsitöö turundamisega.

## 2.2. Uurimistöö metoodika

Käesolevas alapeatükis antakse ülevaade uurimistöö metoodikast ning uurimistööga seonduvatest protsessidest. Joonisel 3 on autor välja toonud lõputöö valmimisel läbitud etapid vastavalt oma töö valmimisprotsessis tehtud tegevustele.



**Joonis 3.** Lõputöö koostamise etapid vastavalt kronoloogilisele järjestusele (autori koostatud)

Lõputöö autor valis oma uurimuse läbiviimiseks kvalitatiivse lähenemise, mille üks osa on juhtumianalüüs. Kvalitatiivsel lähenemisel on kvantitatiivsega võrreldes mitmeid eeliseid, mistõttu valis lõputöö autor selle lähenemise järgmistel põhjustel:

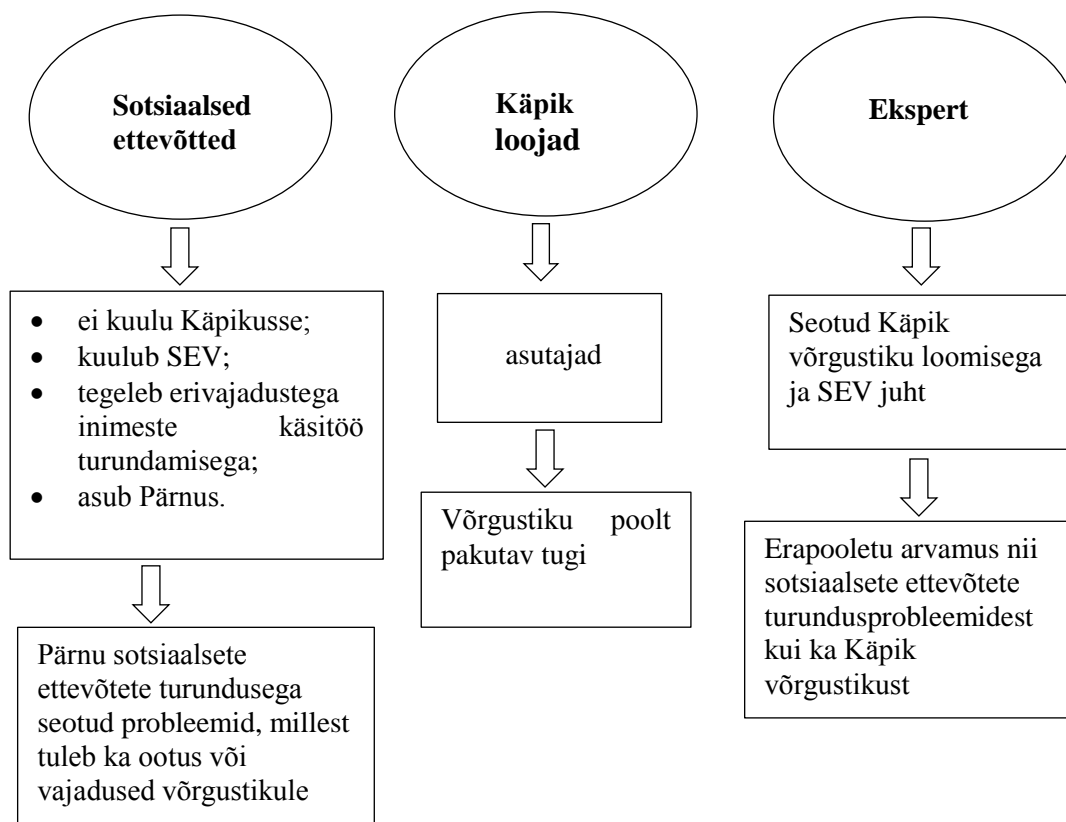
1. võrgustikke on Eestis vähe uuritud ning puudub teadmine nende poolt pakutavatest võimalustest;
2. Pärnus on vähe erivajadustega inimeste käsitööd turundavaid ettevõtteid;
3. Kāpik võrgustik on alles loodud ning puudub selle kohta usalduslik info;
4. lõputöö autoril on vaja sisulist infot, mitte arvulist (Õunpuu, 2014, lk 11).

Lõputöös keskendutakse ühele võrgustiku uurimisele, sest selle kohta puudub usaldusväärne informatsioon. See metodoloogia annab võimaluse uurida võrgustikutöö võimalusi Kāpik võrgustiku näitel. Kuna tegemist on kvalitatiivse juhtumiuuringu, siis ei saa käesolevas lõputöös tulemusi statistiliselt üldistada, kuid saab leida lõputöös kasutatud teooria paikapidavust.

Käesoleva töö uuring hõlmab peale võrgustiku veel ka Pärnus asuvaid sotsiaalseid ettevõtteid, kes tegelevad erivajadustega inimeste käsitöö turundamisega. Lisaks tehti ka ekspertintervjuu Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustiku juhatuse esimehega, kes on antud teema spetsialist. Eelpool mainitud uurimisobjektidega viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud. Intervjuu küsimuste koostamisel võttis töö autor arvesse lõputöö teooria osas kasutatud informatsiooni ning koostas vastavalt nendele ka intervjuude küsimused.

Eelpoolt toodut arvestades tegi lõputöö autor valimi moodustamiseks kriteeriumid. Alljärgneval joonisel 4 on välja toodud respondentide kriteeriumid, mis iseloomustavad ka uuringus osalenuid. Lisaks on joonisel ära toodud ka intervjuu küsimuste kavad, mis valiti vastavalt respondentide pädevusele.

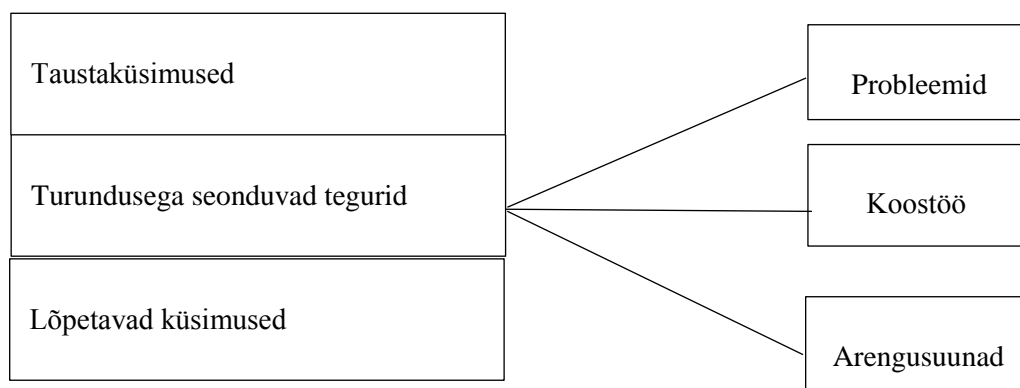




**Joonis 4.** Valimi kirjeldus ning neile vastavad intervjuu küsimuste kava (autori koostatud)

Kõikide respondendi gruppidega viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud. Küsimused moodustati vastavalt nende pädevusele, mis tähendab seda, et kõik haldavad lõputöö teoorias olevaid teemasid. Näiteks sotsiaalsete ettevõtete intervjuu küsimustega eeldati saada infot turundusega seonduvast, võrgustiku loojatelt võrgustikutööst ja eksperdilt mõlema teema kohta. Intervjuude kava koostamisel (joonis 5) arvestati nii teoorias olevat kui ka uurimisküsimustest saadud informatsiooni sisu. Poolstruktureeritud intervjuud annavad võimaluse uurijal esitada lisaküsimusi ning vajadusel ka selgitusi küsimuste kohta, et saada võimalikult täpne vastus (Õunpuu, 2014, lk 171).

Järgnevalt on koostatud intervjuude kava, mille ülesehitus oli kõikide respondentidega sama, kuid küsimused erinevad (intervjuu küsimused lisa 1). Uuringus osalesid kõik algselt plaanitud respondendid (vt tabel 3).



**Joonis 5.** Intervjuude üldine kava (autori koostatud)

Järgnevalt tuuakse tabelina välja ülevaade intervjuude toimumiste kuupäevadest ja ajalisest mahust. Lisaks sisaldab ka ettevõtete ja vastanute kohta täiendavat informatsiooni (vt tabel 3).

**Tabel 3.** Ülevaade intervjuudest

Ettevõtte nimi	Intervjueeritav	Kuupäev	Intervjuu kestvus
OÜ Solve et Coagula	tegevusjuhendaja	16. veebruar	63 minutit
MTÜ Hingerahu	juht	16. veebruar	15 minutit
Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik	Jaan Aps	21. veebruar	37 minutit
MTÜ Think	juht	24. veebruar	24 minutit
MTÜ Tulevik	juht	10. märts	26 minutit

Allikas: autori koostatud.

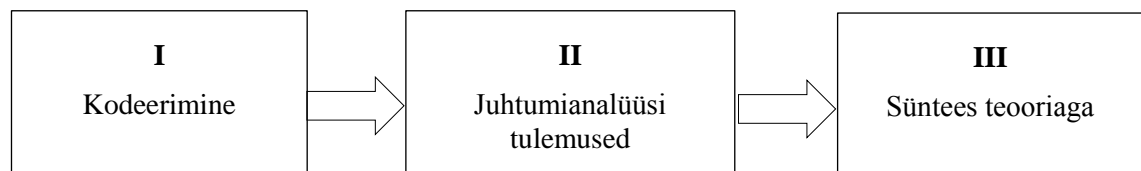
Tabelist on näha, et intervjuude ajaline maht on varieeruv. Ajalise kulu erinevus võis tuleneda nii vastanute avatusest kui ka erivajadustega inimeste käsitööga tegelemise kogemusest, ka teadmised mängisid suurt rolli. Näiteks intervjuude käigus selgus, et üks Käpiku asutajatest hetkel ei tegele võrgustiku asjaajamistega, mis omakorda kajastuski intervjuu ajalisel mahul.

Käpik võrgustiku loojad on MTÜ Think ja MTÜ Hingerahu. Mõlemad nimetatutest osalesid ka käesoleva lõputöö uuringus. MTÜ Hingerahuga tehti intervjuu silmast-silma, kuid MTÜ Thinkiga Skype vahendusel. Pärnu sotsiaalsete ettevõtetega ja SEVi juatuse esimehega viidi uuring läbi kokku lepitud kohtumistel.

Andmete kogumiseks kasutas uurija intervjuueeritavate vastuste salvestamiseks diktofoni, mis salvestas nii küsimusi kui ka vastuseid. Pärast küsitlust transkribeeriti salvestunud helifail tekstiks, mida hiljem kasutati andmete analüüsimiseks. Saadud intervjuu helifailid ja tekstifail salvestati eraldi arvutifailidena.

Antud töö analüüsiprotsess on kirjeldatud joonisel 6. Sellel on näha empiirilise osa andmeanalüüsi eri etappe, millest esimeses toimus kogutud andmete kodeerimine. Teises etapis tehti kodeeritud andmete analüüs ning saadud tulemuste väljatoomine. Kolmandas etapis seostas töö autor saadud tulemused varasemate teoreetiliste seisukohtadega.

**Joonis 6.** Lõputöö analüüsiprotsessi kirjeldus ( autori koostatud)



Lõputöö autor alustas andmete analüüsi redutseerides, mille tulemusena jaotati respondendid ja nende vastused kolme gruppi: sotsiaalsed ettevõtted, Käpik loojad ja eksperdiintervjuu. Saadud vastuseid võrreldi grupi siseselt kui ka teiste gruppide vastustega. Lisaks kasutati andmete analüüsimiseks kirjeldavat statistikat ning järeldavat statistikat. Tulemused esitatakse tekstina faktoranalüüsi meetodit kasutades.

## **2.3. Uurimistulemused**

### **2.3.1. Erivajadustega inimeste käsitööd turundavate sotsiaalsete ettevõtete turundustegevus Pärnu linna näitel**

Käesolevas peatükis toob lõputöö autor uuringust selgunud käsitööd turundavate Pärnu sotsiaalsete ettevõtete turundustegevusega seonduvad probleemkohad ja nende hetke olukorra. Täpsemalt tuuakse välja intervjuudest selgunud Pärnu sotsiaalsete ettevõtete turundustegevusest soodustavaid ja pärssivaid tegureid.

Küsitletavateks olid OÜ Solve et Coagula (edaspidi Solve) ja MTÜ Aktiviseerimiskeskus Tulevik (edaspidi Tulevik). Nende respondentide intervjuu vastused annavad tööle

sotsiaalsete ettevõtete turundustegevuse ja toimetulekut puudutavate tegurite kohta informatsiooni, mille tulemusena saab lõputöö autor infot kõrvutada Kāpik võrgustiku poolt pakutavaga.

Nii Tulevik kui ka Solve tegelevad tööalase rehabiliteerimisega. Oma teenust pakuvad erivajadustega inimestele nende toimetuleku parandamiseks. Solve tegeleb ainult erivajadustega inimestega, kellest enamik on vaimupuudega. Tuleviku sihtgrupp on laiahaardelisem – toimetulekuraskustega inimesed. Nende klientuuriks on nii vangist vabanenuid, pikaajalisi töötuid, kes kokkuvõtvalt on samuti erivajadustega. Samas nentis Tuleviku juhataja, et erivajadustega inimesed, kui eraldi sihtrühm on tänu 2017. aastal hanke võidule ettevõttele täiesti eraldi sihtgrupp. Nimelt eelnevatel aastatel on erivajadustega inimesi neil tööl olnud, kuid neid on nii vähe olnud, mistõttu sulandusid nad teiste sihtgruppidega ühte. Solve on pühendunud peamiselt vaimse erivajadustega inimeste rehabiliteerimisele, pakkudes neile võimalusi tegeleda puutööga. Mõlema ettevõtte eesmärk on oma klientide heaolu parandamine läbi töötegemise. Läbi kaitstud töö teenuse pakkumise loodetakse kliendid suunata avatud tööturule.

Nii OÜ kui ka MTÜ kui juriidiline ettevõtlusvorm võivad viidata kolmandale sektorile, kuid ei pruugi seda alati olla. Ka käesoleva uuringu tulemustest lähtuvalt võib väita, et kuna puudub eraldi sotsiaalset ettevõtet tähistav ettevõtlusvorm, siis sedapuhku on tegemist kombineeritud juriidilise vormiga, kus ettevõtted on valinud omale sobivaima – OÜ või MTÜ (mittetulundusühing). Solve nentis, et juriidiline vorm pole küll ülimalt oluline, kuid oleks vaja sotsiaalset ettevõtet määratleda seadusandlusega. Ekspertintervjuus toodi välja fakt, et Justiitsministeeriumil on äriseadustiku muutmine käsil, kuid kuna tegemist on ajamahuka ja kuluka tegemisega, siis selle valmimist ja jõustumist on oodata alles aastal 2020. Lisaks tõi Jaan Aps välja kaks võimalikku stsenaariumit:

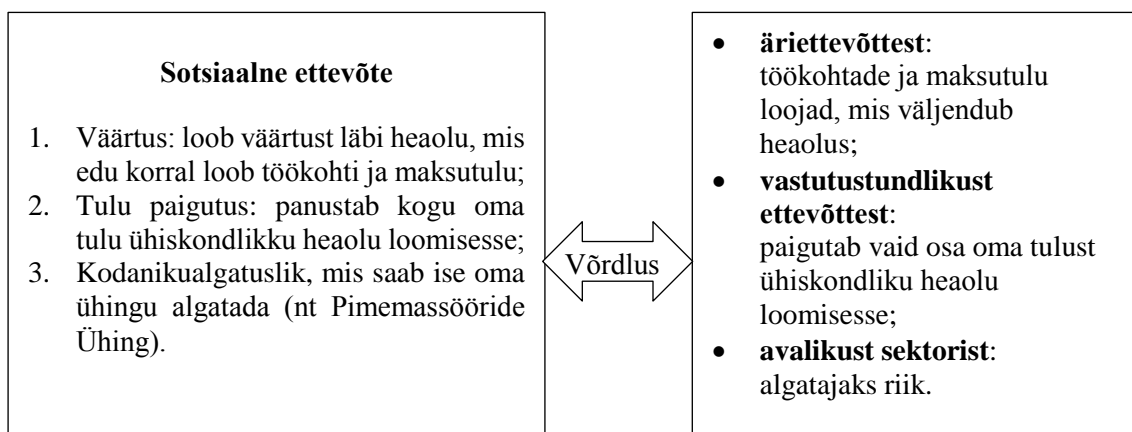
1. tuleb uus juriidiline vorm, kuid ettevõtetele jääb valikuvõimalus;
2. vormi ei tule, aga tehakse vastavad muudatused seadusandluses – kombineeritud juriidilise ettevõtlusvormi olemasolu.

Juriidilise vormi puudumine on toonud kaasa olukorra, kus osa inimesi arvavad, et MTÜ tegeleb heategevusega. Seda rõhutas ka Solve tegevusjuhendaja, kes ütles, et nende ettevõtte ei ole heategevuslik organisatsioon, vaid seal tehakse tööd, mille eest töötegijad

ka rehabilitatsiooni teenusel olevad inimesed tahavad samuti tasu saada. Sotsiaalne ettevõtte on äriorganisatsioon, mille eesmärk on olla isemajandav ja jätkusuutlik.

Sotsiaalseid ettevõtteid on võimalik iseloomustada nii nende eesmärgi kui ka tegevuse järgi. Mõlemad uuringus osalenud organisatsioonid püüavad erivajadustega inimesi tööalaselt ja sotsiaalselt rehabiliteerida, läbi mille luuakse sotsiaalset väärtust. Hästi toimivat sotsiaalset ettevõtet iseloomustab ekspert selliselt, et olemas peab olema vastav tegevusmudel ja tugev finantsmudel. Uuringus osalenud ettevõtted on nii Töötukassale kui ka Sotsiaalkindlustusametile tugisüsteemiks. Lisaks ei ole kumbki ettevõtte orienteeritud ainult toodete müügist saadava tulu peale, mis on samuti sotsiaalse ettevõtlusmudelit iseloomustav. Solve kui ka Tuleviku peamiseks tuluallikaks on teenused. Eksperti hinnangul on sotsiaalseid ettevõtteid kahte sorti: täielikult isemajandavad või osaliselt toimetulevad. Seda arvestades, on Solve ja Tulevik osaliselt toimetulevad, sest suuremaks tuluallikaks on teenuse pakkumine, mitte toodete müümine.

Järgnevalt toob lõputöö autor joonisel välja sotsiaalsete ettevõtete erisuse äriettevõtetest, vastutustundlikest, avalikust sektorist, mis on eksperti vaatenurgast vaadatuna (vt joonis 7).



**Joonis 7.** Sotsiaalse ettevõtte eristamine (autori koostatud)

Ettevõtte sisekliientidega töötamise keerukust iseloomustavad nii tegevusjuhendaja töömaht kui ka oskused. Nimelt vaimse puudega inimesed vajavad individuaalset lähenemist nii tööprotsessi kaasamises kui ka tööülesannete selgitamises. Solve tegevusjuhendaja tõi välja selle, et hästi täpselt on vaja selgitada, kuidas mingit toodet töötlemine peab. Nimelt, kui täpselt ei selgitata, siis võib tekkida olukord, kus klient ise ei

märkagi, kui on eseme sisse juba lohu lihvinud, sest ta ise ei saa aru, kust maalt jookseb piir. Lisaks nentis tegevusjuhendaja ka seda, et kui kliente tööprotsessi kaasata, siis peab silmas pidama tema eripära – kui rutiinitaluv või mitte taluv ta on. Kindlasti peab arvestama ka tema oskuseid ja teadmiseid. Tegevusjuhendajana tuleb tegeleda pideva tööprotsessi meelde tuletamisega, kuid seda tuleb teha nii, et klient ennast halvasti ei tunneks. On neid kliente, kellele võib otse öelda, et asi on halvasti tehtud, kuid on ka neid, kellele peab pehmemalt asja selgitama. Vaimupuudega inimesed on raske klientuur just seetõttu, et nende töövõimekus sõltub suuresti nende tervisest.

Eelpool toodut arvestades võtavad käsitööga tegelevad ettevõtted toodete turundamisega suure riski. Nimelt kui võtta suur tellimus mõnelt firmalt, siis võib juhtuda, et mõned kliendid ei suuda tööd teha ning sellisel juhul peab tellimuse täitma tegevusjuhendaja või jääbki see täitmata. Kuna tegemist on raske klientuuriga, siis võib-olla polegi mõeldav võtta suuri tellimusi, sest risk on liiga suur.

Solve toodab peamiselt puidust tooteid, sealhulgas puitkaste, mänguautosid, restaureerib uksi, lõikelaudu, samuti valmistatakse puidust erinevaid mängu. Tulevik senini otseselt toodanguga pole tegelenud, sest puuduvad all hankeid ja püsivad lepingud, kuid ettevõtte tegeleb taaskasutusega. Nimelt senini on tehtud nõude kaunistamist, erinevaid õmblustöid, kaltsuvaipu ning restaureeritud vana mööblit. Sarnaselt Solvega, sõltub tootmine materjali kättesaadavusest. Senini on Tulevik saanud oma taaskasutatava materjali annetajatelt ja seda peamiselt läbi kolimisteenuse pakkumise. Solve, aga ostab toormaterjali enamjaolt ise, kuid on ka ettevõtteid, kellega on eelnevalt kokkulepped tehtud, kes annetavad oma ülejääke, näiteks liimpuitu, oksi, jmt.

Toodete valmistamise juurde kuulub ettevõtetel ka tootmisprotsess, mis ettevõtte lõpptulemusele kaasa aitab. Tulevikul otsene tootmisprotsess puudub, sest puudub kindel toode. Samas, kui on olemas materjal ja idee, siis sellest ka taaskasutuspõhimõttel valmib uus toode. Ühe toote valmistamises võib kaasa teha mitu inimest, kuid see oleneb toote valmistamise keerukusest ning ka töömahust. Solvel on välja kujunenud tööprotsess järgmiselt:

- idee või tellimus - pannakse paika, kes tegema hakkab;
- erinevad töötlemisviisid - kes lihvib, kes lõikab, kes õlitab;

- toode on valmis - järelkontroll, mida teostab tegevusjuhendaja;
- vajadusel tehakse parandused.

Mõlematel ettevõtetel arvestatakse toote hinnakujundusel toote tegemiseks kulunud kulutustega. Tulevik lisab ka väikese kasumi hinnale. Solve lisab samuti väikese kasumi, kuid sageli tuleb arvestada hinnakujundusel toote kvaliteedist ja tarvidusest lähtuvalt ka vastav hind. Toote hinnakujunduse üldiseks printsiibiks on siiski see, et materjali rahagi teenitaks tasa. Kumbki ettevõtte ei arvesta toote hinna sisse klientide töötasu, kuna see tuleb Töötukassale ja Sotsiaalkindlustusametile (edaspidi SKA) osutatud teenuse eest saadavast tasust. Mõlemad organisatsioonid nendivad fakti, et kuna tegemist on erivajadustega inimeste poolt tehtava toodanguga ja ka materjal ei pruugi olla väga kvaliteetne, siis iga toodet tuleb hinnata individuaalselt. Näiteks kuna Tulevikul puudub oma kindel toode, siis seda enam on vaja lähtuda tootest endast. Solvel on näiteks lõikelaudadel, mängudel ja puitkastidel välja kujunenud kindel hind, sest neid tehakse juba välja kujunenud tööprotsessi ja materjaliga. Seetõttu on nendele toodetele kujunenud ka oma kindel hind.

Nii Tulevik kui ka Solve nendivad, et ainult käsitööd tootes ettevõtted toime ei tuleks. Selle jaoks on siiski vaja osutada teenust nii SKAle kui ka Töötukassale. Isegi kui turundustegevus oleks parem, siis ettevõtted ei saaks oma kulutustega toime tulla. Solve tõi välja selle, et Pärnu Linnavalitsus võiks ettevõtet toetada näiteks ruumiga, et oleks kindel koht, kus oma tegevust jätkata. Hetkel asub ettevõtte ühel üüripinnal, mille leping võib igal ajal lõppeda, mis muudab organisatsiooni toimetuleku ja tegevuse ebakindlaks.

Toodetest saadav tulu, nii Solvel kui ka Tulevikul, ei ole nende sõnul näitlikult raamatupidamises eraldi välja toodud, see on arvestatud ettevõtte tulude hulka. Toodetest saadavat tulu pole eraldi välja toodud just seetõttu, et lihtsalt tootmisega toime ei tuldaks, seetõttu on pandud üldise tulu alla (arvestatud ka teenused). Nimelt vajaka jäämisi on turunduse poolel kui ka ettevõtete tootlikkuses. Näiteks Tulevikul puudub oma toode, mis oleks oma kindla hinnaga, mistõttu pole võimalik nii palju müüa, et saadav tulu ettevõtte kulud kataks. Nii Solve kui ka Tulevik majandavad nagu iga teinegi ettevõtte ehk kõik saadav tulu läheb ettevõtte tegevuskulude katteks. Toimetulekuks on neil mõlemal vaja SKAd ja Töötukassat, kes ongi nende koostööpartneriteks. Nendele osutatud teenuste

eesmärk on erinev, nimelt Töötukassa teenuse eesmärk on saada kliendid avatud tööturule ehk ühele kliendile osutatakse kaitstudtöö teenust vaid teatud aeg. Samas SKA kliendid on enamasti eluaegsel kaitstudtöö teenusel. Kokkuvõtvalt ka Töötukassa ja SKA kliendid on erinevad nii teenuse eesmärgi kui ka neile osutatava ajalise mahu poolest.

Ettevõtte tooteid tarbivad erinevad kliendid, keda on võimalik liigitada kolme rühma. Nii Solve kui ka Tulevik iseloomustavad oma toodete ostjaid järgmiselt:

1. kellele silma jäädakse ehk tekitab huvi;
2. kellele toode meeldib;
3. need, kellele on asja vaja ja samas tahavad ka head teha.

Lisaks mainib Solve ka seda, et neid pigem ei ole, kellele toode ei meeldi, aga samas tahetakse ka head teha ja läbi ostmise ettevõtte tegevust toetada. Pigem on nende ostja kõigi nende kolme eelpool toodute vahepeal.

Kuna sotsiaalne ettevõtte on mõeldud laienemiseks, siis näiteks Tulevik plaanib tulevikus oma töötuba ja poodi tuua Sindist Pärnusse ja seda just turunduslikul eesmärgil. Selleks, et turundustegevust edendada, soovib Tulevik välja arendada oma enda toode, mida oleks võimalik omahinnaga müüa. Solve unistuseks on oma pood, kus tooteid turundada saaks. Hetkel seda tehakse läbi erinevate koostööpartnerite. Lisaks mainis tegevusjuhendaja ka seda, et toote hind tuleks kujundada vastavalt nende kvaliteedile, et võiks olla toode A ja toode B. Oma poe avamisega alustaks Solve koostööd turismifirmadega, eesmärgiga saada neilt kliente oma toodete ostjateks.

Solve tõi intervjuus välja vabatahtlike kasutamise kasulikkuse. Tegemist on tasuta tööjõuga, kes aitab ettevõtte arengule omamoodi kaasa. Vabatahtlike värske vaade ja ideed toovad ettevõttele kaasa uue arengusuuna või hoopiski senise tegevuse uuenduse. Lisaks tõi Solve välja, et tarbijaskonda oleks vaja harida just selle suuna pealt, et MTÜ ei ole heategevuslik asutus, vaid seal tehakse ka tööd, mis vajab ka oma tasu. Siinkohal käis ta välja ka mõtte, et sotsiaalsel ettevõttel oleks vaja juriidilist vormi, mis neid teistest ettevõtetest eristaksid. Samuti on sotsiaalse ettevõtluse juriidilise vormi puudumine kaasa toonud olukorra, kus nende OÜ ei saa esitada projekte, vaid peab läbi oma koostööpartneri MTÜ Hingerahu kaudu tegema. Lisaks oleks juriidiline vorm hea variant selge piiri seadmiseks ehk sotsiaalse ettevõtluse mõiste kokku võtmiseks, senini on teinud



seda SEV. Kui Solvel puuduks katusorganisatsioon MTÜ näol, siis ei saaks ka suuremaid hankeid ja tellimusi korraldada, sest hetkel kehtiv seadusandlus seda ei võimalda.

Eelpool toodud uuringust selgunud andmeid arvesse võttes saab kokkuvõtvalt väita, et Pärnu erivajadustega inimeste käsitööd turundavad sotsiaalsed ettevõtted on eelkõige turundusnimese puuduses. Seda saab väita eelkõige Solve tasuta materjalide hankimise kogemusele toetudes. Senini on ettevõttele annetusi teinud vaid paar puidufirmat, kes on neid oma ülejääkidega toetanud. Kui oleks Solvel vajalik turundusnimene, kes puidufirmadega suhtleks, siis oleks võimalus saada ka teistelt firmadelt toetust materjali osas. Samuti võib väita sama ka Tuleviku kohta, kuna neil puudub inimene, kes toote disainiga tegeleks, seetõttu ei nähta ka vaeva kindlat sorti materjali hankimiseks. Seetõttu toodetakse olemasolevast parim võimalik toode, mille tulusus on küll madal, aga siiski sotsiaalse väärtuse loomise koha pealt keskkonda säästev ehk taaskasutuspõhimõttel.

Uuringust selgus, et mõlemad ettevõtted vajaksid oma kindlat toodet, mistõttu oleks nii tootmisprotsess vähem aega ja pühendumist nõudev ning hinnakujundus ühetaolisem. Hetkel ei saa ettevõtted oma eelarvet planeerida, sest puudub kindlus nii töö tegijate kui ka toodangu realiseerimise osas. Nimelt erivajadustega inimesed vajavad väga palju juhendaja tähelepanu ning samas ei pruugi nad ühel päeval enam senini tehtud tööd teha, mis muudab ettevõtte tegevuse ebakindlaks. Samuti tõi ekspert välja fakti, et sotsiaalsete ettevõtete üheks põhiprobleemiks on pädeva juhi puudumine, mistõttu puuduvad ettevõttel vajalikud ressursid paremaks turundamiseks. Seda olukorda aitaks lahendada pädeva juhi olemasolu, turundusega tegelev inimene ja koostöö võrgustikuga, kellega koostöös valmib ühine toode.

### **2.3.2. Käpik võrgustiku koostöö võimalustest sotsiaalsete ettevõtete turundustegevuse toetamisel ning võimalikud arengusuunad**

Käesolevas peatükis toob lõputöö autor välja Käpik võrgustiku kui tugisüsteemi tugevusi ja nõrkuseid. Lisaks tuuakse välja uuringus osalenute küsitlemise põhjal välja respondentide kavandatavad arengusuunad, mis annab ettekujutuse edasistest tegevustest. Lõputöö autor püüab vastandada võrgustiku hüvesid Pärnu sotsiaalsete ettevõtete vajadustega, saamaks teada võimalikust koostööst.

Lõputöö autor valis respondentideks kaks võrgustiku loojat, kelleks oli MTÜ Hingerahu (edaspidi Hingerahu) ja MTÜ Think (edaspidi Think). Nende intervjuu annab lõputööle võrgustikupoolse vaate ehk teadmise, mida nad oma liikmetele pakuvad või mis probleeme nad lahendavad. Kāpik on loodud 2005. aastal, mistõttu siiani pole väga suuri plaane tehtud. On toimunud kolm tootekoolitust, mis on kõik turundusega seotud: tootesildid, tootefoto ja turundusteamadel. Sõna „Kāpik“ tuleb sõnast käsitöö, mis on suunatud eelkõige erivajadustega inimeste käsitööga tegelevatele inimestele - nii organisatsioonidele kui ka eraisikutele. Mõte on selles, et ühendada nii organisatsioonid kui ka eraisikud omavahel ühiste tellimuste täitmiseks. Oluline on sealjuures ka infovahetus, mis on üks võrgustiku funktsioonidest. Lisaks võrgustik loob eelduse turundustegevuse paremaks toimimiseks, sest peamine rõhk on ühistegevustel.

Intervjuust selgus, et võrgustik on küll projekti kaudu loodud, kuid hetkel toimib mitteformaalselt. Projekti kaudu on formaalselt fikseeritud liikmeid viis, kuid mitteformaalselt eraisikuid meililistis on kakskümmend. Hingerahu tõi intervjuus välja, et võrgustiku üks miinuseid ongi see, et ta on mitteformaalselt toimiv ja seetõttu ei saa käsitööga tegelevaid erivajadustega inimesi kaardistada. Lisaks mainiti ära ka see, et vastutustundlikke firmasid ei ole piisavalt kaasatud ja seda just seetõttu, et võrgustikul pole hetkel piisavalt ressursi turundustegevuseks. Seda põhjendab Hingerahu juhataja järgmiselt: *„Võrgustikul puudub eestvedaja, et jah, oleks vaja juhti, kes selle asjaga tegeleks, aga hetkel puudub vastav inimene.“* Samuti väitis ekspert, et puudub eestvedaja, mistõttu on jäänud nende täispotentsiaal kasutamata. Samas Think juht teadis rääkida, et ettevõtte toimib mitteformaalselt väga efektiivselt, sest senini on käidud oma liikmetega ühistel laatadel, koolitustel ja tehtud ka mõned ühised tellimusedki. Informatsioon liigub läbi võrgustiku meililisti, kuhu kuuluvad need, kes on soovi avaldanud. Enamik liikmeid on tulnud eraisikutena läbi Think ettevõtte. Põhjenduseks, miks võrgustik on mitteformaalsena paremini toimiv, tõi Think juhataja välja selle, et näiteks osad suuremad ettevõtted, kes ei ole kolmandas sektoris (nt Astangu) ei saa MTÜsse kuuluda. Paraku formaalselt toimiva võrgustiku ettevõtlusvorm oleks MTÜ. Seetõttu on parem olla mitteformaalne, vastasel juhul kaotaks võrgustik ühe suurima liikme. Oluline on mõista, et Astangu on üks suurimaid ühiseid tellimusi tegev võrgustiku liige.

Käpik pakub läbi oma emaili listi informatsioonivahetust, mis on väga hea, sest liikmed on Eestimaa eri maakondadest, seega informatsioon on mitmekülgne. Liikmete vaheline koostöö on senini sujunud, mida näitab fakt, et on olnud ka mõned koosviibimised ja laadad.

Intervjuude käigus küsiti sotsiaalsetelt ettevõtetelt ning võrgustikelt infot nende arengusuundade kohta. Sellest tulenevalt selgus, et nii Solve kui ka Tulevik hakkavad panustama rohkem turundustegevusesse. Näiteks plaanib Tulevik Sindis paikneva tegevuskeskuse ühe osa Pärnusse toomist. Solve plaan on samuti turundustegevust elavdada, mistõttu oli neil tootearendusega seonduvalt toote A ja toote B arendamine mõttes, mis tähistavad toodete kvaliteeti. Selliselt saaksid nad hinnakujundust selgemaks ja lihtsamaks teha. Senini on defektiga kaup pigem lattu seisma jäänud, sest ei ole suudetud seda kvaliteetsega võrdeliselt müüja. Kui oleksid erinevad toote kvaliteedigrupid, siis oleks hinnatundlikumal kliendil valikuvõimalus ning võimalusel ka suudetaks defektiga asi maha müüa. Selliselt oleks ettevõttel suurem võimalus kasu teenida ning klientki saaks valikuvõimaluse. Lisaks turundustegevuse suurendamisele tõi Tulevik välja ka soovi luua oma toode, mis hõlmab ka toote disaini ehk brändi kujundamist. Kui kõik nimetatud uuendused saaksid tehtud, siis oleks nende jaoks mõeldav astuda Käpik võrgustiku liikmeks.

Näiteks Tulevik nentis, et enne oma toote olemasolu ei näe nad mõtet sinna kuuluda, sest hetkel neil kindlat ühenäolist toodet ei ole, mida saaks laataldel müüa. Hetkel on nende prioriteediks saada üks osa oma Sindis asuvast ettevõttest Pärnusse. Samuti tõi ta välja selle, et oleks vaja eraldi inimest, kes Käpikuga suhtlemise ja turundustegevuse enda peale võtaks. Hetkel kahjuks selline ressurss puudub.

Solve püüab hakkama saada olemasoleva ressursiga, kuid tulevikus kui on leidnud samuti ühe turundusinimese, siis on kindlasti plaanib ka võrgustikega koostööd teha. Ekspertintervjuust selgus, et SEVil koostöö Pärnu ettevõtetega sujub, kuid turundustegevuse toetamisele pole hetkel rõhku pandud, mistõttu nende uues arengukavas kindlasti ühe punktina on see sees. Ekspert Jaan Apsi sõnul on üheks turunduspotentsiaali tõstmismeetodiks see, kui tehakse ühised hanked, mille tulemusena valmivad näiteks jõulupakid. Sellisel juhul saaksid nii suured kui ka väikesed ettevõtted koostöös oma toodangut müüa

## 2.4. Järeldused ja ettepanekud

Käesolevas peatükis arutleb lõputöö autor uuringus selgunud tulemuste üle, samuti tuuakse välja vajalikud ettepanekud erinevatele organisatsioonidele.

SEV on senini tegelenud sotsiaalsete ettevõtete mõiste defineerimisega ning ettevõtete märgatavale kohale seadmisega, mistõttu ka neil on saabumas uus arenguetapp. Nimelt soovib SEV juhatuse esimees nüüdsest panna rõhku Kāpik võrgustiku täieliku potentsiaali kasutamisele. Neile on oluline panna Kāpik võrgustik toimima selliselt nagu oli algselt mõeldud. Algselt oli plaanitud liikmetega koostöös täita ühistellimusi, mida senini ei ole tehtud. Selleks on vaja SEVi initsiatiivi ja teadmisi, et Kāpik võrgustiku liikmeid koostööle suunata. Seetõttu arvas ekspert, et on oluline rõhku panna turundustegevuse parendamiseks. Lõputöö autorgi nõustub eksperdi arvamusega, et pannes süsteemselt rõhku turundusele ja võrgustike potentsiaali tõstmisele on võimalik panna sotsiaalsed ettevõtted märgatavale kohale. Seda just sedasi, et läbi avalike hangete saaksid suured vastutustundlikud ettevõtted nende tooteid tarbida, mis annaks sotsiaalsetele ettevõtetele võimaluse võrdselt konkureerida teiste äriettevõtetega.

Sotsiaalsete ettevõtete tootmistevõttes osalevad rehabilitatsiooni teenuse saajad ehk kliendid, kelle kaudu sotsiaalset väärtust luuakse, on keeruline sihtgrupp ning nende tööjõu kasutamine ettevõttes omab suurt riski äriliseks tegevuseks. Seetõttu pole võimalik ainult toodete müügist saadavast tulust toime tulla, mistõttu on oluline, et nii Töötukassa kui ka SKA rehabilitatsiooni teenust ostavad just sotsiaalsetelt ettevõtetelt. Riski maandamiseks pakub lõputöö autor välja lahenduse teha teiste sotsiaalsete ettevõtetega koostöös ühine tootepakett. Oma sisu poolest olekski ühine pakk, millesse võrgustiku iga liige panustab ühe tootega (näiteks jõulupaki koostamisel). Lisaväärtusena võiksid osad ettevõtted pakkuda elamusteenuseid kupongidena (samuti paki üks osa), näiteks Solve saaks klientidele pakkuda töötuba, mille raames oleks võimalik meisterdada linnupuure, puidust lusikaid ja erinevaid puidust esemeid.

Kuna tootmisprotsessis võib osaleda erinevaid inimesi, siis oleks võib-olla mõistlik oma toodetele juurde panna sildiga lugu ehk tootmisprotsessi kirjeldus, näiteks inimestest, kes selle toote valmisel osalesid. Mõnele tarbijale annaks see omakorda lisaväärtust ja kindlasti tootele suurema väärtuse kui tavalistel massitarbekaupadel. Nimelt selline

tarbija ettevõtet toetada, sooviks teada, kuidas see toode on valminud. Paljud inimesed ei pruugi teada erivajadustega inimeste võimetest ning sellest, millist pühendumist ühe toote valmistamine võtab.

Lõputöö autor leiab, et senine Kāpik mitteformaalne tegutsemisviis on olnud õige. Think juhataja sõnul seab võrgustiku juriidiline vorm, milleks on MTÜ, selged piirid suurematele asutustele nagu näiteks Astangule. Kõnesolev asutus ei tohi kuuluda MTÜsse, mis tähendab ka seda, et võrgustikugagi ei saa formaalselt liituda. Nimelt nii SEV on MTÜ ning formaalsel kujul oleks seda Kāpikki. Kuna Astangu on üks suurimaid ja tuntumaid, siis paljud vastutustundlikud ettevõtted teevad suuri tellimusi, mida ettevõtte üksinda ei ole suuteline täitma. Seetõttu on nii võrgustikule endale kui ka selle liikmetele kasulikum olla mitteformaalselt toimiv.

Emaili listi olemasolu annab hea eelduse liikmete vahelisele suhtlusele ja heale kirjavahetusele. Vastavalt Gergen (2005) teooriale, et kui kasutatakse eri piirkondades olevate ettevõtete potentsiaali ühiste tellimuste täitmiseks, on see üks tähtsamaid eeldusi kollektiivse tähendusvälja loomiseks. Lõputöö autor on sellega nõus ja seda just seetõttu, et Kāpik, kelle liikmeid on hetkel kuskil kahekümne ringis, on mitteformaalselt toimiv ning nende liikmete vaheline side on tugev, sest on toimunud rohke osavõtuga koolitused, laat ja koosviibimisedki. Samuti Gergen (2005) pidas oluliseks ühise tähendusvälja ja teema olemasolu, mis kõnesoleval võrgustikul samuti olemas on. Väga oluline on ka omavaheline kommunikatsioon (Sotsiaalsete Ettevõtete..., 2011). Think juhatajagi mainis seda, et liikmed ootavad just kõige enam informatsiooni, eriti veel tasuta materjali kohta.

Sotsiaalsed ettevõtted võiksid natukene rohkem panustada vabatahtlike otsimisele. Üks võimalus on näiteks laatadel rääkida oma ettevõttest ning tutvustada võimalusi vabatahtliku töö suhtes, tuues välja võimalikud vabatahtliku kasutegurid. Samuti SEV võiks panustada teabetööle ja vabatahtlikkuse olulisusest rääkida näiteks meedias. Samuti võiks ka Töötukassa ja Pärnu Linnavalitsus teha aktiivset teabetööd. Selliselt saaksid nende kauaaegsed kliendid kasutada vabatahtliku töö võimalust kui, millest tulenevalt aitaksid kaudselt kaasa sotsiaalsete ettevõtete turundustegevusele. Seda kõike saaks teha läbi informatsiooni jagamise ja sotsiaalse ettevõtluse võimaluste tutvustamisega.

Juriidilise ettevõtlusvormini või seaduse muudatuseni on käia veel pikk tee, siis autori soovitus oleks selline, et nii Tulevik kui ka Solve jätkaksid koostööd. Nimelt on lihtsam koos hankeid teha ning kliente jagada. Pärnus väga palju lähestikku asuvaid kaitstud töö pakkujaid ei ole, seega pole nad konkurendid vaid on pigem koostööpartnerid. Seda just seetõttu, et neil on ühine eesmärk. Oluline on leida sisulisi koostöövõimalusi (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Uuringus selgus, et nii Solve kui ka Tuleviku ühiseks koostöövõimaluseks on erivajadustega inimeste sotsiaalne ja tööalane rehabiliteerimine.

Samuti Gladwelli (viidatud Clark, 2009, lk 129 vahendusel) teooriate kohaselt on sotsiaalsetel ettevõtetel võrgustikke vaja just järgnevatel põhjustel:

- ideede levikuks vaja informaatorit;
- idee uudsus või tabavus.

Eelpool toodut arvesse võttes, siis uuringus osalenud sotsiaalsed ettevõtted saaksid võrgustikult kasu alles teatud tingimustel (alles siis saaksid liikmelisusest kasu). Intervjuude tulemusi arvestades, võiksid Solve ja Tulevik tulevikus Käpik võrgustikku kuuluda, seda just järgnevatel tingimustel:

- kui on olemas oma kindel toode;
- kvaliteetse ja ühetaolise materjali olemasolu;
- inimressursi olemasolu, kes võrgustiku kõiki võimalusi ära kasutaks;
- tootlikkuse suurenemine.

Lisaks tõsiasi, et uuringus osalenud sotsiaalseid ettevõtteid esindavad isikud kinnitasid, et kui eelpool toodud tingimused on täidetud, siis kindlasti oleks Käpik hea lahendus oma toodangu turundamiseks. Hetkel autori hinnangul saaks Solve juba praegu võrgustiku hüvesid ära kasutada ja seda just ühiste tellimuste näol. Uskudes eksperdi arengusuunda hangete näol, siis oleks puidust tooted vägagi oodatud objekt ühisesse jõulupakki. Kuna nii Tulevik kui ka Solve on majanduslikult tundlikud ehk puudub suur kasum, siis oleks võrgustik hea oma toodete turundamise võimaluseks. Nimelt ühistel laatadel teeksid teised koostöö partnerid ka nende toodetele reklaami. Lisaks oleks võimalik osa võtta ühistest loengutest, mida võib-olla endal ei oleks võimalik oma töötajatele finantseerida. Autori arvates oleks hea võimalus oma sisekliendi teadlikkust tõsta just turundusega

seonduvatl teemadl. Kāpik on korraldanud siiani sellealaseid koolitusi, mis oleksid ka Solvele ja Tulevikule toodete turundamiseks vajalikke teadmisi pakkunud.

Lisavāārtustena Clark (2009) ja Kotler (2010) teooria kohaselt loob võrgustikku kuulumine usaldust, mille tulemusena võrgustiku liikmetel võib toodete müüki suureneda. Kuna on võrgustiku toimimisel oluline omavaheline usaldus just koostööpartnerite leidmisel, siis Kāpik võrgustik sarnaselt SEVile annab juba enda nimega edasi tema liikmete sisu. Samas negatiivseks küljeks peab autor seda, et võrgustikul puudub oma liikmetega kindel leping, mistõttu koostööpartnerid ei saa kindlad olla, et liikmed on ainult erivajadustega inimesed, kes teevad käsitööd.

Sarnaselt Raudsaarele ja Kaseorule (2012), arvab ka lõputöö autor, et võrgustiku olemasolu aitab kaasa kodanikuühiskonna arengule. Kāpik võrgustik on käsitööga tegelevate erivajadustega inimeste tugioorganisatsioon. Võrgustiku enda katusorganisatsiooniks on SEV, kes samuti võrgustiku loomiseks pidi tegema projekti (viidatud Kink, 2013 vahendusel). Vaatamata sellele, et Kāpik võrgustik on mitteformaalne, siis nende endi sõnul on võrgustiku ja selle liikmete koostöö sujuv. Just üksteisele pakutav tugi ja teiste kui koostööpartnerite aktsepteerimine on hea koostöö aluseks (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Seda näitab see, et näiteks laatadel käies, aitavad liikmed teistel puudujatel siiski tooteid müüa, samuti kui omatakse informatsiooni tasuta materjalist, siis jagatakse ka seda teistega. Formaalse võrgustiku tunnuseks on ka kindel põhikiri ja leping liikmetega, millega kaasneb ka liikmemaks (Sotsiaalsete ettevõtete..., 2011). Kāpik mitteformaalsust näitabki see, et neil pole liikmetele kindlaid piiranguid, kuid on suusõnalised kokkulepped, mis hetkel toimivad hästi.

Uuringust selgus ka Sokolova (2012) teooria paikapidavus sotsiaalsete ettevõtete liigituse kohaselt (väikesed ja suured). Teooria kohaselt erinevad oma olemuse poolest, nimelt väikeettevõtte sissetulekuks on müügitulu, annetused ja projektirahad (Sokolova, 2012, lk 32–33). Suur ettevõtte rahastus toimub vaid toote ja teenuse müügist (*Ibid.*). Tema teooriat arvestades on uuringus osalenud ettevõtted suured ettevõtted kuna nende rahastus ja toimetulek sõltub just eelkõige teenuste müümisest ja toodete müük on pigem kõrvaliseks tegevuseks. Lõputöö autor arvab, et selline liigitus ei ole just sobivaim, just seetõttu, et nende töötajate arvukus ei ole just kuigi suur. Bode (2016) teooriast lähtudes on uuringus osalenud ettevõtted keskmise suurusega ettevõtted (6-20 töötajat). Kumbki

teooria ei ole käesoleva uuringu jaoks paikapidavad ja seda just seetõttu, et teooriate järgi on tulemused erinevad. Nii Bode kui ka Sokolova uuringu tulemustest tulenevad liigitused lähevad üksteisest lahku. Nimelt üks liigitab eesmärgi järgi, kuid teine töötajate arvukuse järgi.

Peatükis 2.2.1. väljatoodud sotsiaalsete ettevõtete turundustegevusega seonduvaid kitsaskohti arvestades, on nii Tulevikul kui ka Solvel mõistlik ühineda Kāpik võrgustikuga. Seda just seetõttu, et liikmeid lisandub võrgustikku juurde ja sellest johtuvalt võib ka võrgustik efektiivsemalt tööle minna, sest võib eeldada, et uued liikmed rikastavad seda uue infoga. Lisaks võib võrgustik leida endale vastava juhi, kes leiab rohkem vahendeid ja ressursse oma liikmete turundustegevuse parandamiseks. Bode (2016) uuringu andmete kohaselt ühe Eesti suurima rehabilitatsiooni asutuse Astangu suurimaks probleemiks oli suutmatus täita suurtellimusi. Siinkohal teeb lõputöö autor Astangule ettepaneku kasutada ära Kāpik võrgustiku emaili listi ja haarata initsiatiiv ühistellimuste tegemiseks. Abiks oleks ka oma teadmiste jagamine just toodete tootmisprotsessi suhtes.

Sotsiaalsed ettevõtted peavad arvestama turujõududega ning nendega koostööd tegema, mitte nendega konkureerima (Abdu & Johansson, 2009, lk 6). Sama arvab ka autor. Üheks koostöö põhjuseks on et Pärnus olevatel ettevõtetel pole hetkel teisi sotsiaalse ja tööalase rehabilitatsiooni teenuse linnasiseseid pakkujaid just erivajadusega kliendile. Selle pärast on oluline jaotada nii Töötukassast kui ka SKAst saadud kliendid. Nimelt sedasi on võimalik võita hange. Mida suuremale kliendi hulgale teenust pakutakse, seda odavam on teenuse hind, mille tulemusena hanke võidu võimalus on suurem. Selleks ongi vaja teha odavam pakumine suuremat arvu erivajadustega kliente hõlmates.

Autori hinnangul, uuringu hetke tulemustest lähtuvalt on võrgustik valmis võtma vastu aktiivseid liikmeid, kes jagaksid omavahel informatsiooni. Hetkel võrgustik ise aktiivselt liikmete vahelist võrgustikutööd ei korralda, sest puudub selleks asjaga tegelev inimene. Pärnu sotsiaalsed ettevõtted ei ole veel valmis võrgustikuga liituma, kuid plaanivad seda teha kunagi tulevikus, kui on tekkinud selleks vajadus. SEV tulevikus soovib leida ressursi, aitamaks Kāpikul saavutada algselt plaanitud eesmärki, milleks on võrgustiku liikmete turundustegevuse parandamine.



## KOKKUVÕTE

Ettevõtte kui eeldatav majanduslikku tulu teeniv asutus on kõikidele üheselt mõistetav, kuid veel on olemas sotsiaalne ettevõtlus, mis küsimusi tekitab. Seetõttu on Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik enda alla koondanud liikmed, kes selle näilise ettevõtlusvormi alla kuuluvad. Nimelt Eestis puudub eraldi sotsiaalsete ettevõtete juriidiline vorming, sest senini pole seda vaja läinud. Paraku järjest rohkem peavad ennast kõnesolevad ettevõtted enda ettevõtluse sisu selgitama. Seetõttu on SEV uuringutega püüdnud mõistet selgitada. Lisaks loonud ka range korra oma liikmetele ja seda lepingu näol. Selliselt ei teki kahtlustki, et sealsed liikmed pole sotsiaalsed ettevõtted.

Sotsiaalne ettevõtlus asub enamasti kolmandas sektoris. Kuna Eestis puudub vastav juriidiline vorm, siis ettevõtted on endale valinud tegevuseks sobivaima, näiteks MTÜ või SA. Euroopa Komisjoni uuringust selgus, et viiel riigil on eraldi vorm, kuid on ka neid, kellel on kombineeritud ehk saavad ka valida (European Commission, 2014). Uuringus osalenud eksperdi hinnangul on Eesti samuti liikumas kombineeritud vormi suunas. Hetkel on palju segadust tekitanud nii nendest vormidega seonduvate seadustega tulenevad piirangud. Esiteks MTÜd saavad taodelda projektidega finantsilisi vahendeid, kuid SA seda teha ei saa. Teiseks MTÜ (mittetulundusühing) nimetus tekitab arusaamu, et see organisatsioon tulu ei teeni. Üks intervjuueeritav tõi selle probleemina välja ning rõhutas, et nende ettevõtte tegeleb siiski ettevõtlusega, mitte heategevusega ja sealsed inimesedki tahavad saada palka.

Oluline on mõista, et sotsiaalne ettevõtte ei ole heategevuslik organisatsioon, vaid tulu teeniv äriorganisatsioon, mille üldine eesmärk on olla isemajandav ja kiiresti kasvav. Seda mõistet tõlgendatakse riigiti erinevalt. Põhjuseks võib olla riikide sotsiaalse, majandusliku ja poliitilise reaalsuse taju erinevused, millest tulenevalt erinevad samuti nende sotsiaalsete ettevõtete eesmärgid ja väljundid. Eestis on sotsiaalsete ettevõtete defineerijaks Heateo SA, kes toob välja selle, et need ettevõtted lahendavad ühiskondlikke probleeme läbi oma tegevuse.

Lisaks sotsiaalsetele ettevõtetele on populaarsust kogumas ka vastutustundlik ettevõtlus, mis on nii sisu kui ka struktuuri poolest sotsiaalsest ettevõttest erinev. Seetõttu on nii SEVile kui ka tema liikmetele oluline nende ettevõtlusvormi üheselt mõistmine. Üheks viisiks ongi kuuluda võrgustikku, mis kajastaks ettevõtete sisu. 2016. aastal loodud Kāpik, kes oli lõputöö üheks uuritavaks, iseloomustab samuti oma liikmeid. Tegemist on erivajadustega inimeste käsitööd turundavate sotsiaalsete ettevõtete võrgustikuga.

Erinevalt SEVile tegutseb Kāpik mitteametlikult ehk neil puudub juriidiline keha. Põhiline informatsiooni vahetus toimub emaililisti kaudu. Liikmeid on Eestimaa eripiirkondadest, mistõttu info on mitmekülgne. Liikmete vahel on toimunud erinevaid turundusega seonduvaid koolitusi kui ka ühiseid laatasid. Uuringust selgus, et liikmetele on oluline saada infot just tasuta materjalide kohta. Lisaks toodi välja, et ühistellimuste tegemiseks on suur potentsiaal. Nimelt nende üks suuremaid liikmeid Astangu ei suuda suuremaid tellimusi täita ning otsib läbi võrgustiku partnereid. Samuti eksperdi hinnangul on ühiste pakside tegemine üks viise turunduse edendamiseks.

Solve et Coagula ja Aktiviseerimiskeskus Tulevik on mõlemad sotsiaalset kui ka tööalast rehabilitatsiooni pakkuvad asutused Pärnus. Intervjuudest selgus, et nendevahelise koostöö tulemusena võitsid nad äsja ka Töötukassa hanke, mille tulemusena said omale kliente juurde. Tuleviku jaoks on erivajadustega inimesed kui sihtgrupp uudne, sest senini on neid asutuses teenusel olnud vaid kolm. Mõlemad asutused kuuluvad SEVi ning on tulevikus ka huvitatud Kāpik võrgustikku kuulumisest, kuid teatud tingimustel. Nimelt nad soovivad enne omada kindlat toodet, omada kindlat ja kvaliteetset materjali, kui nende tootlikkus suureneb ja inimressursi olemasolu (kes tegeleks võrgustikutööga) korral.

Eelpool toodut silmas pidades peaksid nii võrgustik kui ka sotsiaalsed ettevõtted senist tegevust jätkama. Oluline on oodata ära plaanitavad muutused ning alles siis teha vajalikud sammud positiivse tulemuse saavutamiseks.

## VIIDATUD ALLIKAD

- Abdu, A., & Johansson, E. (2009). *Social Entrepreneurship – A Case Study of SIFE Umea University* (Bachelor thesis). Retrieved from <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:279268/FULLTEXT01.pdf>
- Algma, S. (2013). *Sotsiaalne ettevõtlus kui üks sotsiaaltöö vorm eestis sotsiaalsete ettevõtete ja kohaliku omavalitsuse näitel*. (Bakalaureusetöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/Bakalaureuset%C3%B6%C3%B6\\_Signe\\_Algma\\_29.01\\_.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/Bakalaureuset%C3%B6%C3%B6_Signe_Algma_29.01_.pdf)
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22
- Bode, K. (2016). *Käsitööga tegelevate erivajadustega inimeste organisatsioonide tootmis- ja müügivõimekus*. (Uuring). Loetud aadressil <http://sev.ee/wp-content/uploads/2016/08/Erivajadustega-inimeste-k%C3%A4sit%C3%B6%C3%B6keskuste-uuring.pdf>
- Bornstein, D. (2005). *Kuidas muuta maailma?*. Tallinn: Fontese Kirjastus
- Buckingham, H., Pinch, S., & Sunley, P. (2010). *The regional geography of enterprise in the UK: a review of recent surveys*. Third Sector Research Centre. Retrieved from <http://www.birmingham.ac.uk/generic/tsrc/documents/tsrc/working-papers/briefing-paper-35.pdf>
- Clark, M. (2009). *Social entrepreneurs revolution: Doing good by making money, making money by doing good*. Singapore: Marshall Cavendish.
- Defourney, J., & Nyssens, M. (2008). Social enterprise in Europe: Recent trends and developments. *EMES Working Papers series*, 8(1). Retrieved from [https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/11568/1/WP\\_08\\_01\\_SE\\_WEB.pdf](https://orbi.ulg.ac.be/bitstream/2268/11568/1/WP_08_01_SE_WEB.pdf)
- Diochon, M., & Aderson, A. R. (2011). Ambivalence and ambiguity in social enetprise; narratives about values in reconciling purpose and practices. *International*

*Entrepreneurship and Management Journal*, 7, 93–109. doi:10.1007/s11365-010-0161-0

- Dzombak, R., Mehta, C., Mehta, K., & Bile'n, S. G. (2014). The Relevance of Systems Thinking in the Quest for Multifinal Social Enterprises. *Systemic Practice and Action Research*, 27(6), 593 –606.
- European Commission. (2014). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe. Country Report: Estonia*. Retrieved from <http://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=12987&langId=en>
- Ferrel, O., Ferrel, L., & McAlister D. (2005). *Business and society: a strategic Approach to social responsibility*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Gergen, K. J (2005). *An Invitation to Social Construction*. London: SAGE.
- Kink, S. (2013). *Sotsiaalse ettevõtete tõlgendused Eesti ühiskonnas*. (Magistritöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/magistrit%C3%B6%C3%B6\\_kink\\_sirje.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/magistrit%C3%B6%C3%B6_kink_sirje.pdf)
- Lepa, R., & Naarits, A. (2015). Sotsiaalne ettevõtlus Eestis. *Eesti Statistika Kvartalikirj*, 1, 111–133. Loetud aadressil <http://sev.ee/wp-content/uploads/2015/04/Kvartalikirj-Sotsiaalne-ettev%C3%B5tlus-Eestis.pdf>
- Lillemets, A. (2013). *Sotsiaalse ärimudeli arendamise abivahend*. (Magistritöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Aune\\_Lillemets\\_magistrit%C3%B6%C3%B6.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Aune_Lillemets_magistrit%C3%B6%C3%B6.pdf)
- Mair, J. (2010). Social Entrepreneurship: taking stock and looking ahead. In A. Fayolle & H. Matlay (Eds.), *Handbook of research on social entrepreneurship* (pp. 15–28). Retrieved from [http://www.ub.edu/emprenedoriasocial/sites/default/files/Social%20entrepreneurship\\_taking%20stock%20and%20looking%20ahead.pdf](http://www.ub.edu/emprenedoriasocial/sites/default/files/Social%20entrepreneurship_taking%20stock%20and%20looking%20ahead.pdf)
- Marshall, R. (2011). Conceptualizing the international for-profit social entrepreneur. *Journal of Business*, 98(2), 183–198. doi:10.1007/s10551-010-0545-7
- Männikus, G. (2016). *Eesti sotsiaallettevõtluse tugisüsteemi kohandamine toetusvajadusele*. (Magistritöö). Loetud aadressil [https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/54820/mannikus\\_grete.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/54820/mannikus_grete.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Neck, H., Brush, C., & Allen, E. (2008). *The landscape of social entrepreneurship: A holistic topology of opportunities and challenges*. Retrieved from [http://eureka.sbs.ox.ac.uk/760/1/Landscape\\_of\\_Social\\_Investment.pdf](http://eureka.sbs.ox.ac.uk/760/1/Landscape_of_Social_Investment.pdf)
- Ott, E. (2013). *Sotsiaalse ettevõtluse kontseptsiooni kujunemine Eestis praktikate vaatepunktist*. (Bakalaureusetöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/Bakalaureuset%C3%B6%C3%B6\\_Eliise\\_Ott.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/Bakalaureuset%C3%B6%C3%B6_Eliise_Ott.pdf)
- Parkinson, C., & Howorth, C. 2008. The language of social entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 20(3), 285–309.
- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56–65.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth. *Harvard Business Review*, January–February. Retrieved from <http://www.creativeinnovationglobal.com.au/wp-content/uploads/Shared-value-Harvard-business-review.pdf>
- Pärenson, T. (2011). *Social impact evaluation in social enterprises in Estonia: Need Readiness and Practices* (Doctoral dissertation). Retrieved from [http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/doktoritoo\\_parenson\\_tuuli.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2013/02/doktoritoo_parenson_tuuli.pdf)
- Raudsaar, M., & Kaseorg, M. (2013). An Exploration of Social Entrepreneurship in Estonia. *International Journal of Business and Management Studies*, 2(2), 19–29.
- Roder B, Achleitner A, K, & Bassen, A. (2009) *An Integrative Framework for Reporting in Social Entrepreneurship*. Retrieved from [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1325700](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1325700)
- Shaw, E., & Carter, S. (2007). Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and emirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes. *Journal of Small Business*, 14(3), 418–434. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/312547381\\_Linguistic\\_style\\_and\\_crowdfunding\\_success\\_among\\_social\\_and\\_commercial\\_entrepreneurs](https://www.researchgate.net/publication/312547381_Linguistic_style_and_crowdfunding_success_among_social_and_commercial_entrepreneurs)
- Social Enterprise UK. (2011). *Fightback Britain. A report on the State of Social Enterprise Survey 2011*. Retrieved from [http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/editor/files/Publications/Fightback\\_Britain.pdf](http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/editor/files/Publications/Fightback_Britain.pdf)

- Social Enterprise UK. (2012). *Start your social enterprise*. Retrieved from [http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2012/07/start\\_your\\_social\\_enterprise.pdf](http://www.socialenterprise.org.uk/uploads/files/2012/07/start_your_social_enterprise.pdf)
- Sokolova, M. (2012). *Sotsiaalsete ettevõtete definitsioon Eesti kontekstis*. (Magistritöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Margarita\\_Sokolova\\_magistritoo.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Margarita_Sokolova_magistritoo.pdf)
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. (2011). *Sotsiaalsete ettevõtjate seminar 23.11.2011. Grupitöö protokoll*. Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/01/SE1\\_protokoll.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/01/SE1_protokoll.pdf)
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. (2014). *Sotsiaalse ettevõtja juriidiline abimees*. Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2014/04/Sotsiaalse-ettev%C3%B5tja-juriidiline-abimees\\_uuendatud-08.2014.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2014/04/Sotsiaalse-ettev%C3%B5tja-juriidiline-abimees_uuendatud-08.2014.pdf)
- Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik. (s.a.). *Sotsiaalsete Ettevõtete Võrgustik Strateegia 2013–2016*. Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/SEV-strateegia-2013-16\\_v2.5.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/SEV-strateegia-2013-16_v2.5.pdf)
- Sutt, H. (2011). *Sotsiaalsete ettevõtete olemus ja probleemid Eestis*. (Magistritöö). Loetud aadressil [http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Magistrit%C3%B6%C3%B6\\_Helerin\\_Sutt.pdf](http://sev.ee/wp-content/uploads/2012/06/Magistrit%C3%B6%C3%B6_Helerin_Sutt.pdf)
- Zahra S. A., Gedajlovic, A., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.04.007
- Taevere, A. (2009). Sotsiaalne ettevõtlus – mis loom see on? *Head Uudised*, 4–5. Loetud aadressil [https://issuu.com/heategu/docs/hu\\_1\\_2009/5](https://issuu.com/heategu/docs/hu_1_2009/5)
- Thompson, J. (2002). The world of the social entrepreneur. *International Journal of Public Sector Management*, 15(5), 412–431. <http://dx.doi.org/10.1108/09513550210435746>
- Thompson, J. L. (2008). Social enterprise and social entrepreneurship: where have we reached? A summary of issues and discussion points. *Social Enterprise Journal*, 4(2), 149–161
- Vadi, M. (2001). *Organisatsioonikäitumine*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus
- Vastutustundliku Ettevõtluse Foorum. (2012). *Vastutustundlik ettevõtlus Eestis. Näidete kogumik*. Tallinn: AS Ecoprint

Õunpuu, L. (2014). *Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes*. Loetud aadressil

[http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu\\_kvalitatiivne.pdf](http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/36419/ounapuu_kvalitatiivne.pdf)

## **Lisa 1. Poolstruktureeritud intervjuu küsimused**

- I. Erivajadustega inimeste käsitööga tegelevate Pärnu SEV liikmete intervjuu küsimused
1. Kirjeldage oma sotsiaalset ettevõtet.
  2. Kirjeldage oma sihtrühma.
  3. Kui suur klientuur teil on?
  4. Mis teenuseid te pakute ja mida oma tegevusega toodate?
  5. Kirjeldage tootmisprotsessi ja sinna juurde kuuluvat.
  6. Kirjeldage oma peamiseid tarbijaid.
  7. Kes on teie partneriteks ja millistesse võrgustikke te kuulute?
  8. Kirjeldage senist koostööd partnerite ja võrgustikega.
  9. Kuhu paigutatakse toote müügist saadud tulu?
  10. Kirjeldage oma turundustegevust.
  11. Palun kirjeldage oma igakuist toimetulekut nii klienditeeninduses kui ka majanduslikust aspektist vaadatuna.
  12. Kirjeldage oma ettevõtte arengusuunda ja võimalikku saavutamisprotsessi.
- II. Kāpik võrgustiku asutajate intervjuu küsimused
1. Palun rāākige Kāpikuust ja selle loomisest.
  2. Palun kirjeldage Kāpik võrgustikku. Millistele probleemidele aitab võrgustik lahendusi leida?
  3. Kes on teie liikmed? Palju neid on?
  4. Kirjeldage oma senist koostööd Kāpik ja selle liikmete vahel.
  5. Kirjeldage oma senist koostööd Kāpik ja SEV vahel.



### III. Eksperdiintervjuu küsimused

1. Mis on teie hinnangul nii sotsiaalsete ettevõtete kui ka võrgustike arengusuunad?
2. Kirjeldage sotsiaalsete ettevõtete probleeme ja võimalikud lahendused.
3. Sotsiaalsete ettevõtete tugi- võrgustikud? Miks neid vajatakse? Mis on nende võimalik kasu?
4. Palun kirjeldage Käpik võrgustikku ja senist seotust sellega.
5. Kuidas SEV panustab oma liikmete turundustegevuse parandamisse?

## SUMMARY

### THE NEED OR NETWORKING FOR SOCIAL ENTERPRISES WHO MARKET HANDICRAFTS MADE BY PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS USING THE EXCAMPLE OF PÄRNU

Liis Tšebotnikova

The aim of this thesis is to identify issues and alternatives for social enterprises who market handicrafts made by people with special needs by the help of the network called Kāpik. It is important that social enterprises would be self-sufficient but to get there, networking will offer good opportunities to small social enterprises to cooperate with the group members and to improve their marketing skills.

Based on the aim of identifying social enterprises marketing problems, the following research questions are raised in the thesis:

1. What are the objectives of Sotsiaalse Ettevõtete Võrgustik (Social Enterprise Network, SEV) and Kāpik networks and opportunities for organizations who market the crafts made disabled people in helping them promote their products?
2. What are the opportunities for cooperation and marketing with Pärnu's social enterprises who market with handicrafts made by disabled people, and networking within Kāpik, including their expectations and needs for the network?

An overview is given about social enterprise and networking in Estonia, also the difference between other business forms in the theoretical part of the thesis. In addition it brings out the most important principles in the social enterprising industry. The theoretical part showed that enterprise as a profit making institution is well known and clear to everyone but there is also social enterprise which is not so obvious to people. For

this reason, SEV has gathered together members who classify as social enterprises. While interviewing the expert Jaan Aps the author found that The Ministry of Justice will adjust the legislation of enterprises. This means that by 2020 Estonia will have a new enterprise form called social enterprise or a combined form, which means that they can freely choose a suitable form. To the formal void in the legislation, has caused a lot of confusion today. Firstly, MTÜ's (non profit organization) can apply for financial aid but SA's (foundation) cannot. Secondly, the name MTÜ creates a false understanding that it does not make any profit. One of the interviewees brought this out as a problem and emphasized that their enterprise is created to make profit is not a charity and the worker with special needs need to be paid a salary.

Furthermore, it is vital to understand that social enterprise is not charity but a profit making organization with a goal to be self-sustaining and growing. That concept is being interpreted differently depending on the country. The reason for this could be different perception of social, political and economic reality. As a result the goals and outcome of social enterprises differ across countries. In Estonia, Heateo SA has defined social enterprises as enterprises which help resolve society's problems through their business.

In addition to social enterprises there is a form of business called responsible enterprise is gaining popularity but is different by core and structure. Therefore it is important for SEV and its members to interpret this of enterprise in the same way. One option is to belong to the network which shows the enterprises' affiliation. Kāpik (formed in 2016) which is one of the subjects of this thesis, also defines its members. It is a network of social enterprises that sell handicraft items made by people with special needs.

Unlike SEV, Kāpik as a non-formal entity does not have a legal form. Main proportion of information is being shared through a list of emails. There are members from different regions of Estonia therefore the information is wide-ranging. There are fairs uniting members and training is provided. Research showed that it is important for members to get information about materials which are free and that there is a great potential for completing joint orders because one of their biggest members Vocational Rehabilitation Center Astangu is not capable of completing bigger orders and is seeking partners through the network. According to the expert opinion shared packages are one way to boost marketing.

Solve Et Coagula and Tulevik both offer social and also vocational rehabilitation in Pärnu. From interviews it appeared that working together for. As a result they won procurement offered by Unemployment Insurance Fund. Has just resulted in winning a procurement offered by Unemployment Insurance Fund and both gained more clients. People with disabilities as a target group is new because so far there has only been few in Tulevik. Both enterprises belong to SEV and are interested in pebelonging to Kāpik network but in certain terms. To begin with, they wish to have their own product, to have quality material and human resources who would deal with the network.

In conclusion, in the view of the aforesaid social enterprises as well the network Kāpik should continue their operation. It is important to wait for planned changes and only then to take necessary steps for achieving positive outcoms.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Liis Tšebotnikova

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

„Erivajadustega inimeste käsitööd turundavate võrgustike vajadusuuring Pärnu linna näitel“,

mille juhendaja on Anne Rähn,

1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, 17.05.2017